The Panasonic Report
for Sustainability 2009

社会・環境報告 2009　ー e 報告書 詳細版ー

目次

パナソニックのCSR経営

トップメッセージ
－持続可能な社会の実現に向けたパナソニックの挑戦－

代表取締役社長　大坪 文雄

「社会の公器」として、社員一丸となって世界中で不変の経営理念を実践します。

創業以来、当社は、「製造業の本分に徹し、モノづくり(商品)で、人々の豊かなくらし、社会の発展に貢献する」ということを経営理念とし、長年にわたって大切にしてきました。その根本にはCSRそのものとも言うべき「企業は社会の公器」との考えがあります。近年、経済のグローバル化は飛躍的に進展し、既に企業活動に国境はありません。私たちパナソニックはこれまで以上に世界に目を向け、グローバルな社会への貢献を意識する必要があると考えています。

創業90周年を迎えた2008年、当社は社名を「パナソニック株式会社」へと変更し、ブランドも「Panasonic」に統一しました。“世界中の人々のくらしを輝かせるアイディアを提案し社会に貢献し続ける”という思いを込めて、ブランドスローガン「Panasonic ideas for life」を改めてグループ全体で共有し、社外に向けて積極的に発信しました。これらはすべて、全世界約30万人のグループ社員一人ひとりの力をパナソニックの名のもとに結集し、ひとつの大きな力にして経営理念を実践していこうとする決意の表れです。
本当の意味でくらしを輝かせるアイディアは、技術的に「これもできる、あれもできる」というだけでは生み出すことができません。人と社会がともに成長し、誰もが安心・安全で豊かなくらしを実感できる成熟した社会や、自然と調和した持続可能な社会の実現を目指して、より一層お客様の視点に立って事業のベクトルを定め、モノづくりに反映していきたいと考えています。

**地球環境との共存は人類共通の課題、取り組みが不十分な企業は存在すら許されません。
パナソニックは「すべての事業活動で環境負荷を削減」します。**

地球環境問題は地球の未来、生物の存続をも左右する深刻な課題です。
パナソニックでは、早くから地球環境との共存に貢献することを事業ビジョンのひとつとして掲げてグループ全体で取り組んできました。特に地球温暖化防止に向けた低炭素社会への転換に貢献することは、先端技術を持つエレクトロニクスメーカーの使命であります。一貫して人々のくらしに密着した事業を展開してきたパナソニックの「強み・らしさ」を活かした環境経営で、先頭に立って持続可能な社会の実現を牽引する役割を果たしたいと考えております。

2007年度からの中期経営計画「GP3計画」では、「全ての事業活動での環境負荷削減」を成長性や収益力の向上と並ぶ最重要テーマに掲げて環境経営の加速に取り組んできました。具体的には「商品のエコアイディア」「モノづくりのエコアイディア」「ひろげるエコアイディア」の3つの切り口で行動目標を設けて推進しています。特に生産活動におけるCO_2排出量削減については、GP3計画の3年間で30万トン削減するということを社会の皆様にお約束し積極的に取り組んできました。取り組みの加速・前倒し実施の効果に加えて、需要縮小による生産減も影響し、目標は1年前倒しで達成することができました。今後は引き続き積極的に削減を進めるとともに、さらなる「省エネ体質」の強化を図ってまいります。

2008年12月に発表した三洋電機株式会社との資本・業務提携は、持続可能な社会への貢献を加速する重要な取り組みのひとつです。両社の独自の強みを掛け合わせることで、エナジー・エコロジー分野を中心に大きなシナジーが生み出せると確信しています。TOB(株式公開買い付け)完了後には、「創エネルギー」「蓄エネルギー」「省エネルギー」を組み合わせた総合的なエナジーソリューションを提供する企業グループとして、多くのイノベーションを起こしていきたいと考えています。

三洋電機との資本・業務提携契約を締結
調印を終えた大坪社長と三洋電機佐野社長

本年4月には、東京・有明の「パナソニックセンター東京」に、家まるごとで「CO_2±0(ゼロ)」のくらしを提案するショールーム「エコアイディアハウス」をオープンしました。日常生活の利便性や快適さを向上させながら、「創エネ」「蓄エネ」「省エネ」を組み合わせてCO_2排出量実質ゼロを実現する、「一歩先のエコなくらし」を、多くの方に体感いただきたいと思います。

3～5年先の実現を想定した家まるごと「CO_2±0(ゼロ)」のくらしを体験できる「エコアイディアハウス」

「エコアイディアハウス」オープニングセレモニーにて大坪社長による主催者挨拶

世界中の地域社会にエコの輪を広げる「ひろげるエコアイディア」においても、2008年度は「Panasonicエコリレー」という意義深い取り組みができました。ドイツの一人の社員の発案により、従業員とその家族、そして地域の人々が一緒になって環境教育、清掃、植樹などの環境保全活動を行うという取り組みを、2008年10月に約2週間かけて、世界39ヶ国342事業場でまるでリレーを行うように順番に実施しました。世界にひろがるパナソニックの仲間の環境経営にかける強い思いがひとつになり、企業市民としての環境活動に大きな一歩を踏み出した、という感動がありました。

世界中で地域の方々とともに取り組んだ「Panasonicエコリレー」
（左から、タンザニア、イギリス、タイでの植樹活動の様子）

パナソニックには「経営の根幹は人にあり、ものをつくる前に人をつくる」という基本的な考え方があります。世界中の多様性溢れる社員が理念と志を共有し、入り交じりながら社会とともに成長します。

2008年度　秋季定期採用者の入社式・キャリア採用者の歓迎式「Welcoming Ceremony for New Comers 2008」にて

パナソニックは「入り交じる」という言葉でダイバーシティに取り組んでいます。不変の経営理念のもとに世界中の30万人の社員の力を結集していこうとしていますが、だからといって個性のない画一的な集団である必要はありません。グローバルに経営理念を実践していくには、むしろ多様な人材が交流し、価値観を認め合い、競い合い、そして力強く成長する風土の醸成が不可欠です。国や年齢・性別・組織・階層を超えて異質な価値観・考え方を受容する能力を高めながら、積極的なコミュニケーションを通じて、世界中の知恵やノウハウを集めていく企業でありたいと思います。「入り交じる」という言葉には、個性が溶け合って均質化するのではなく、それぞれの個性をしっかりと発揮した上で全体として調和し、「衆知を集めた全員経営」を実践しようという思いを込めています。
また多様な価値観を認め合うということは、働き方も多様であってよいということです。さまざまな機会を提供することに加え、柔軟な働き方を推進・支援する施策や制度も必要です。社長直轄で「多様性推進本部」を設置して性別・年齢・国籍を問わない多様な人材の活躍を推進したり、「e-Work推進室」を設けて在宅勤務やスポットオフィスの活用を促進してきたのも、「入り交じる」というダイバーシティが重要な経営施策と考えてきたからにほかなりません。
「ものをつくる前に人をつくる」という基本の考え方のもと、これからもパナソニックらしいダイバーシティをさらに進化させていきたいと考えています。

経営理念をよりどころとして、法令・ルールの順守にとどまらず、自発的に考え判断し、そして行動します。そして、「企業の良心」を世界中で感じていただけるようなCSR経営を目指します。

創業者 松下幸之助は、「企業と社会は別のものではなく一体のものである」と著書に記しています。私も自らの経験を通して、「企業は社会の一員である」と考えていけば企業は自ずと社会と調和した正しい行為をすることになると実感しています。単に法令やルールなど社会からの要請に対して受身の姿勢で応えていくのではなく、企業も社会を構成する一員との立場に立ち、社会にとって本当に正しいことは何なのか、自分たちはどうあるべきか、常に素直に社会の声から学びつつ自発的に考え行動していくところに「企業の良心」が存在すると考えています。世界中のパナソニック社員一人ひとりが高い次元で判断し行動する、その集合として日々の経営姿勢から社会の皆様に「企業の良心」を感じていただける、そんなパナソニックでありたいと思っています。

創業以来、私たちは常に人々のくらしに密着し、豊かなくらしを実現するためのお役立ちを考えてきました。時代が変わり、私たちのくらしやその環境も大きく変化しています。パナソニックのお役立ちもグローバルに、どんどん変わっていきます。しかし、どのような変化の中でも、すべての活動の原点が、「事業を通じて社会に貢献する」という経営理念であることは不変です。「企業は社会の公器」、「お客様大事」、「日に新た」などこれまで引き継がれてきたパナソニックの基本の考え方の実践をさらに加速し、社会から信頼される経営に努めてまいります。

パナソニック株式会社
代表取締役社長 大坪文雄

不変の経営理念とCSR

当社は1918年の創業以来、「本業を通じた社会への貢献」を不変の経営理念として全ての事業活動の基本として参りました。そこにはパナソニックのCSR経営そのものである「企業は社会の公器」という考え方があります。創業者・松下幸之助が考え、経営の中で実践し、そして今も引き継がれる「企業の社会的責任」の基本となる理念についてご説明します。

企業は社会の公器

> 「個人企業でも株式会社でも、一面自分の意志で始めた自分のものであるという見方もできますが、より高い見地に立って考えれば、社会生活を維持し、文化を向上させるために存在している、いわゆる社会の公器だということになります。」
>
> *創業者・松下幸之助の言葉*

創業者は、企業活動に必要な人・金・土地・物、すべては本来、公のもの、つまり企業が社会から預かっているものであり、よって企業自体も社会のもの、つまり公器であると考えました。社会の公器である企業は、その活動を通じていろいろな形で社会に貢献し、社会生活を向上させていくところに「企業の社会的責任」がある、と考えました。

経営理念実践の行動基準「綱領」「信条」「遵奉すべき精神」

企業の使命とは

> 「企業の社会的責任については、いろいろなものが考えられますが、その根本となるのは、やはり、本業を通じて社会に貢献していくということだと思います。物資の生産、供給にあたる企業の使命は、真に人びとの役に立つような優良品を開発し、それをできるかぎり合理的に生産して、適正な価格で必要なだけ供給するということだと思います。」
>
> *創業者・松下幸之助の言葉*

創業者は、生産者の使命はあらゆる物資を水のごとく豊富に生産し世に供給することによって、人々の生活から不自由と貧困をなくしていくことであると、思い至りました。この使命を絶えず念頭に置き、社員の心の戒めとするために「松下電器の遵奉すべき精神（現・私たちの遵奉すべき精神）」を制定、現在に至るまで全グループの基本方針として受け継がれています。

事業の真の使命を明示した1932年の第一回創業記念式典

地域・環境との調和

「企業は社会の公器として、社会の中にあって事業を営んでいますが、その場合、実際に活動を展開している地域社会、周囲の環境との調和がきわめて大切になってきます。広い土地を占有し、多数の人を擁している企業にとっては、地域社会や環境と一体化するというような心がまえを持って、これを調和しつつ、さらにはその発展に貢献していくことがつよく求められると思います。」

創業者・松下幸之助の言葉

創業者は、企業の使命として貧困の撲滅と同時に地域・環境との共存を重要な社会的責任であると考えていました。産業なり経済というものは、人間の真の繁栄、幸福を生み出すためのものであって、産業のために人間が存在するのではない、よってかけがえのない尊い自然を保護することに、企業が率先して積極的に力を注ぐべきであり、それなくして企業の真の繁栄、発展は生まれてこない、と考えたのです。

世の中のくらしを豊かにした主要家電商品群

自由な競争で共存共栄を

「ひとりその企業だけが栄えるというのでなく、その活動によって、社会もまた栄えていくということでなくてはなりません。また実際に、自分の会社だけが栄えるということは、一時的にはありえても、そういうものは長続きはしないのです。やはり、共々に栄えるというか、いわゆる共存共栄ということでなくては、真の発展、繁栄はありえないのです。」

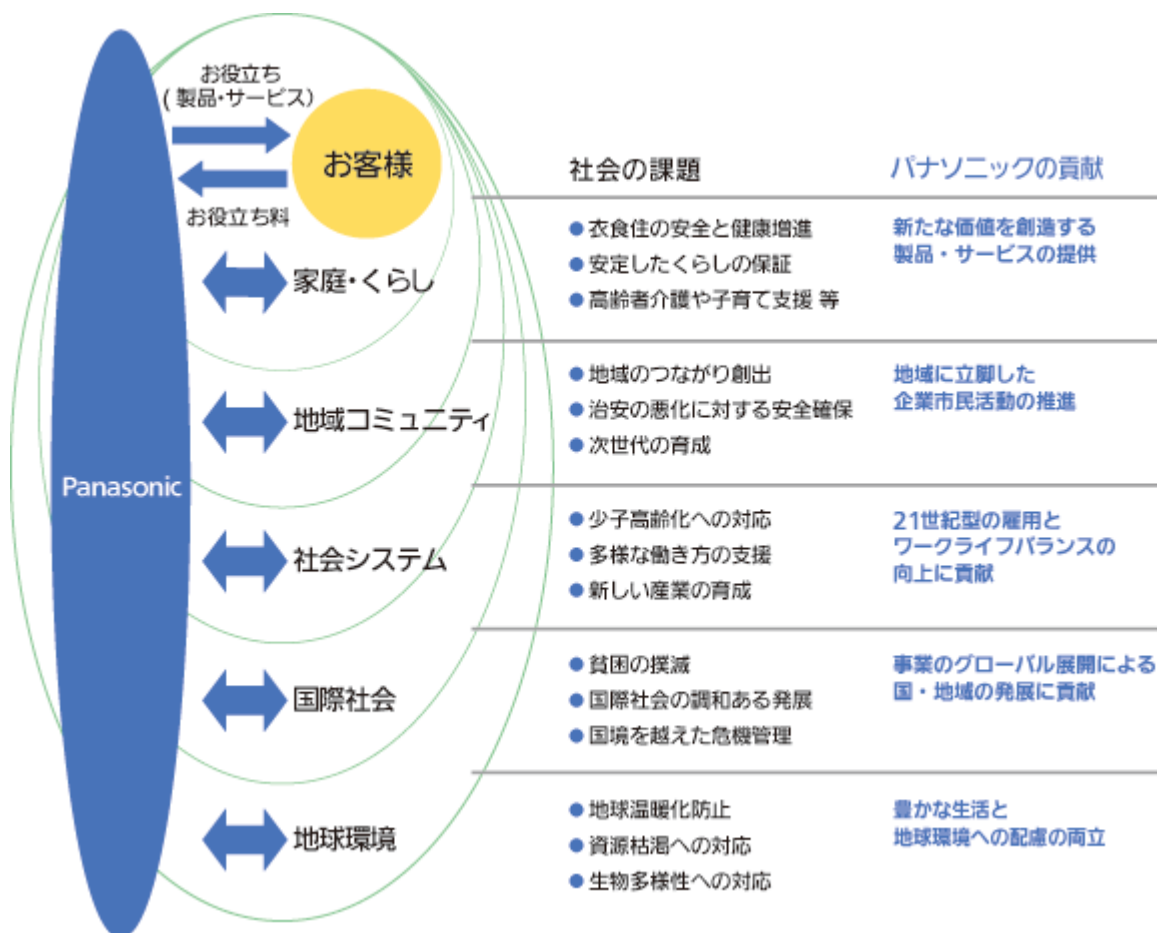
創業者・松下幸之助の言葉

創業者は、取引先様に対しても、お互いが独立した事業者として相手の立場や発展を考えながらともに社会からの要請に応えていくことで、双方の繁栄につながっていくと考えていました。その共存共栄を実現していく上で、馴れ合いや過当競争を排し、「ルールにのっとった自由かつ公正な競争」を推進していくことが業界全体また社会の繁栄のために必要と考えたのです。この考え方は、現在のグローバル市場における適切なコンプライアンス経営の考え方につながっているとともに、当社だけでなく、取引先様をまきこんだサプライチェーン全体でのCSRの考え方にもつながっています。

ラジオ生産にあたり業界全体の発展のため重要特許を買収し公開

いかなる時代にあっても、当社の経営理念は変わることはありません。変化の激しい時代においてこそ、常に原点である創業の精神に立ち返り、社員一人ひとりがそれぞれの立場で経営理念を実践していきます。

パナソニックの社会的責任

2008年10月、私たちは社名を「松下電器産業株式会社」から「パナソニック株式会社」に変更し、「Panasonic」ブランドへ統一しました。たとえ社名は変わっても、創業者 松下幸之助が掲げた「松下電器は社会の公器」であり「お客様の生活や世界文化の進展に貢献」してゆくという理念を守りながら、よりくらしを輝かせるモノづくりを通じて、「社会課題の解決」と「新しいライフスタイルのご提案」を続けていきます。そして世界中、ひいては地球全体が快適で幸せであるために、「地球環境との共存」を考えた取り組みも、これまで以上にすすめていきます。

ブランド

当社の事業がグローバルに展開していく中で、企業の社会的責任についても、より一層地球全体という視点で考えていかなければならないと私たちは考えています。
この思いは、「Panasonic ideas for life」というブランドスローガンにも込められており、同時に「ブランドプロミス」という形で世界中のお客様に対してお約束しています。

ブランドスローガン

ブランドプロミス

Panasonicが創るのは、くらしを輝かせる「アイディア」です。
世界中の人々に明日のライフスタイルを提案し、
地球の未来と社会の発展に貢献しつづけます。

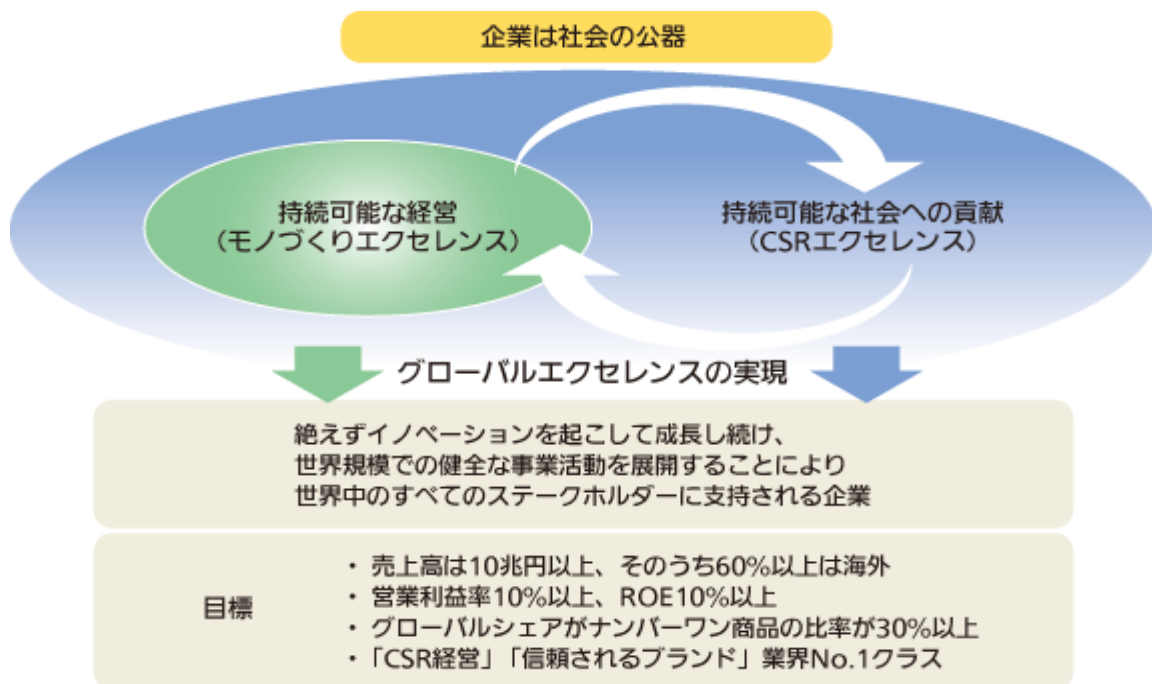
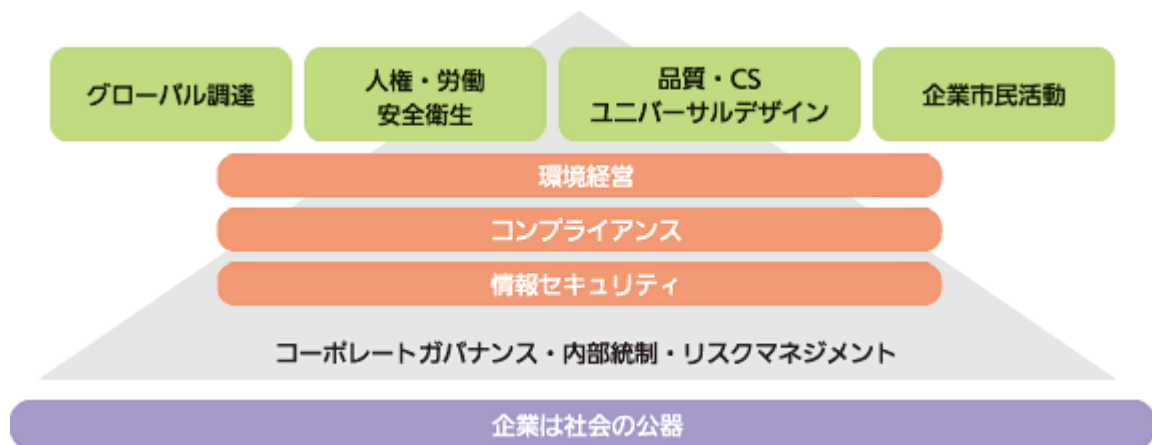
2008年10月に、会社名を「パナソニック株式会社」に変更するとともに、
順次、ブランドを「Panasonic」に統一してまいります。
それに伴い、パナソニックブランドのお客様への約束として、新たに「ブランドプロミス」を制定しました。
そこには、次のようなメッセージが込められています。

私たちパナソニックの使命は、
時代が求める「アイディア」を
お客様の日々のくらしを深く見つめる中から、
ひとつひとつ創り出していくことです。
毎日が、もっと活き活きとする「アイディア」を。
人と人が、もっとつながりあえる「アイディア」を。
人生の時を重ねることが、もっと楽しくなる「アイディア」を。
子供たちの未来が、もっと希望でふくらむ「アイディア」を。
地球環境と人類が、ずっと共生しつづける「アイディア」を。
くらし全体にたずさわってきた、パナソニックだから生み出せる発想があります。
世界中の人々と触れ合ってきた、パナソニックだから生み出せる価値があります。
昨日までなかった「アイディア」で、
明日へとつながる一歩先のライフスタイルを提案しつづけること。
それが、パナソニックからあなたへの約束です。

CSR先進企業として本業を通じた社会への貢献を実践

パナソニックが目指すグローバルエクセレンスの姿として、モノづくりを通じた持続可能な経営の実現に加えて、持続可能な社会への貢献という「CSRエクセレンス」の実現を同時に目指します。

具体的には、「お客様や取引先様に対する価値を創造する」、「株主や投資家の皆様には、成長性や収益力で応える」、「地球環境の保護や地域社会の発展に貢献する」、「社員には自己実現の場を提供する」ことに取り組みます。そして、世界中のすべてのステークホルダーに支持される企業となることで、グローバルエクセレンスを実現していきます。

当社は、「企業は社会の公器」との考えのもと、法令・ルールの順守にとどまらず、社会にとって本当に正しいことは何なのか、自分たちはどうあるべきか、常に素直に社会の声から学びつつ、CSR経営を実践していきます。

《パナソニックグループCSR推進フレームワーク》

グローバルCSRマネジメント

全地域で「CSR経営」を推進していくためには、世界中の約30万人の全従業員一人ひとりが、日々の事業活動の中で着実に実践していくことが不可欠です。そのために、パナソニックでは全社でグローバルな推進体制を構築しています。トップによる「CSR経営」の発信が瞬時に全地域に共有・浸透されることに加え、各地域のさまざまなステークホルダーの要請や期待がタイムリーに事業活動に反映されるよう、社長を議長とする「全社CSR会議」をはじめ、各地域、各事業ドメインでPDCAを展開しCSRマネジメントに取り組んでいます。

OECD 多国籍企業ガイドライン | ILO 中核原則 | 国連グローバルコンパクト | 日本経団連 企業行動憲章 | EICC | GeSI

社長

取締役会

CSR政策委員会

CSR担当室

全社CSR会議

事業ドメイン

P ドメイン D C A

P D C A

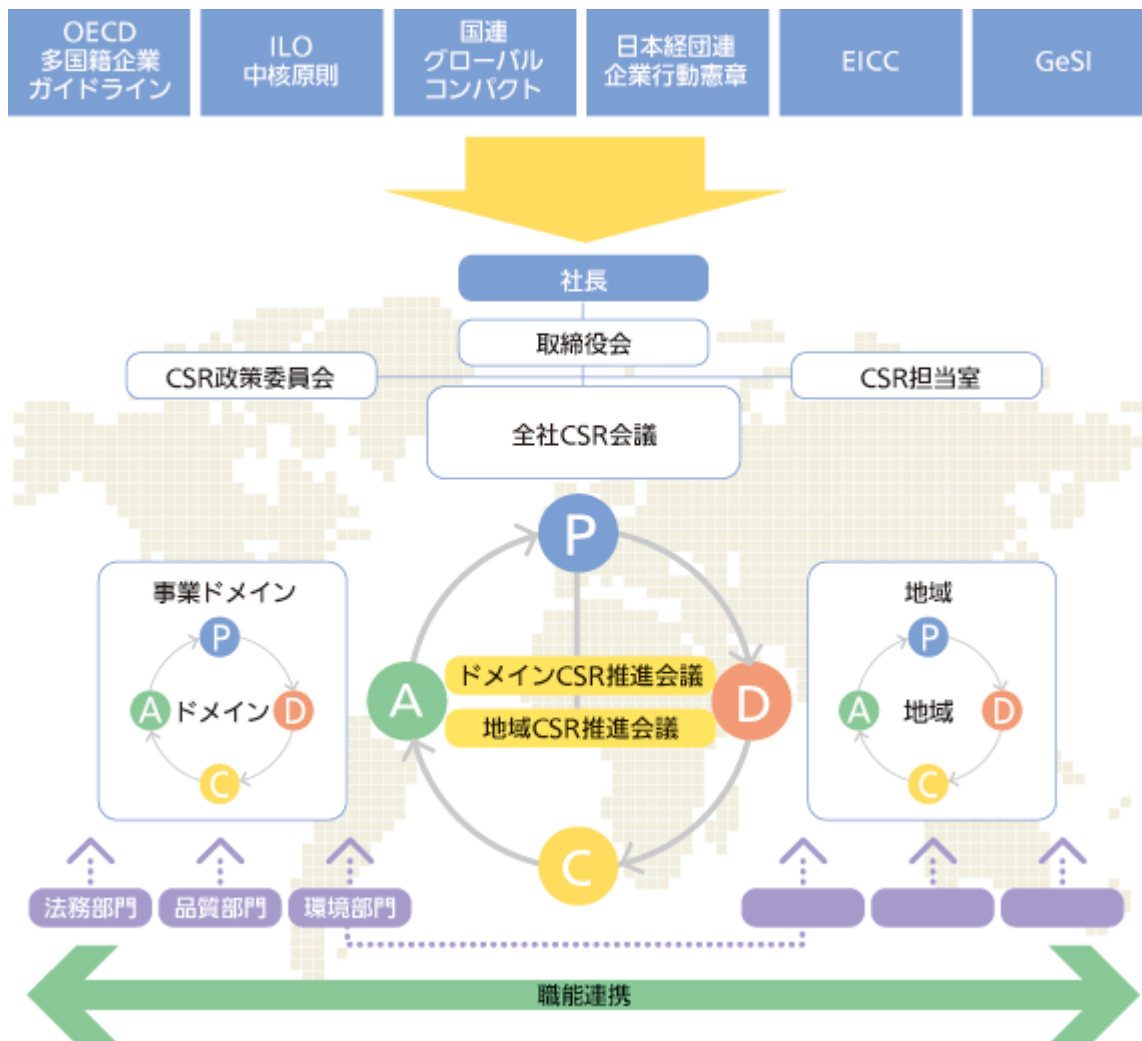
ドメインCSR推進会議

地域CSR推進会議

地域

P 地域 D C A

法務部門 品質部門 環境部門

職能連携

グローバルにおける当社CSRの活動の評価

当社は投資家の関心事に応える情報開示・対話にも積極的に取り組んでまいりました。その結果、世界の代表的SRIインデックスであるダウジョーンズ・サステナビリティ・インデックス(DJSI)、FTSE4Goodに継続採用されています。また、2009年1月の世界経済フォーラム(ダボス会議)で発表された「世界で最も持続可能な企業100社」にも選出されました。

取引先様・購入先様と協働したCSR経営

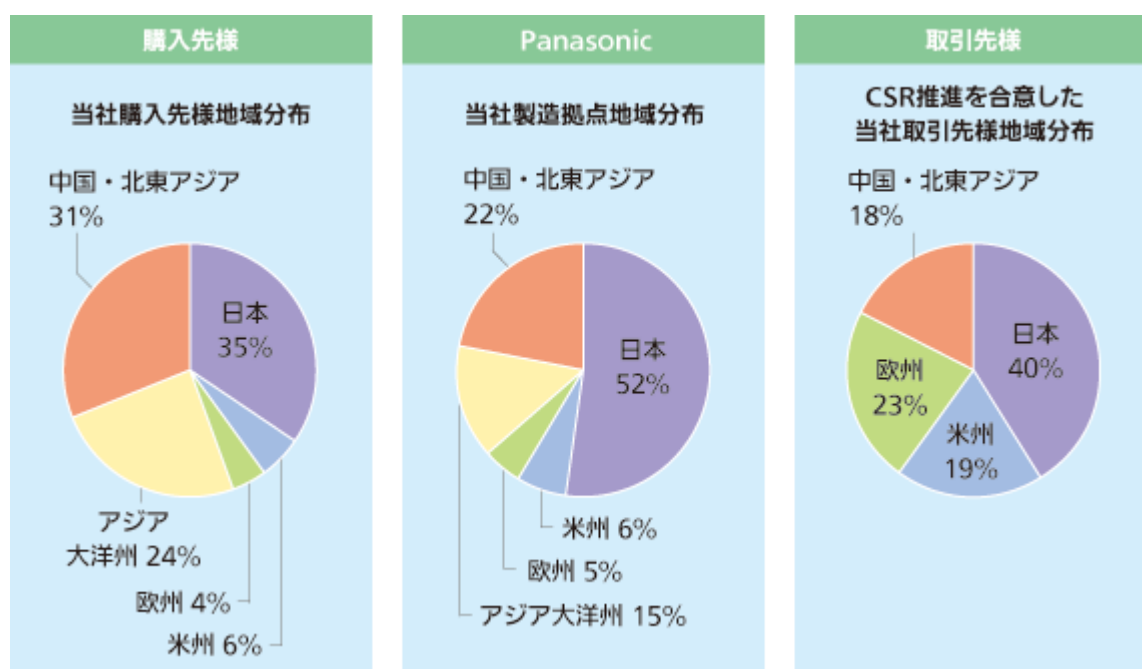
今やCSRの取り組みは自社のグループ企業にとどまりません。取引先様・購入先様と協働したサプライチェーン全体でのCSR推進の取り組みについてご報告します。

21世紀のグローバルな「共存共栄」を目指して

当社は創業以来、「共存共栄」の理念のもと、取引先様・購入先様との関係を構築してきました。その根底にあるものは、自主責任経営のもと自立した企業間の「相互責任」と「相互信頼」です。この価値観を共有した上で、お互いが繁栄するよう努力しあう関係が、当社の考えるパートナーシップのあり方です。こういった関係にある企業が各々自己成長を遂げることがパートナーの成長につながり、連鎖を広げることで、ひいては社会全体の豊かさと幸せを実現することにもつながっていきます。共存共栄の考え方こそが、パートナーシップを通じた社会へのお役立ち、CSRの実践にほかならないと考えています。

21世紀に入り、経済のグローバル化がかつてないほど進行する中、地球規模で環境問題への対応が急がれ、人権・労働に対するグローバルでの課題認識も高まってきています。企業に対する社会の要請はますます多様化し、グローバルなステージでパートナーシップを発揮して企業が協働することがますます重要になってくるものと考えています。また、地球温暖化、地域紛争とこれにまつわる人権問題など、企業だけでは取り組みが困難な社会課題も急増しています。開発－生産－販売－サービスなど、商品がお客様に届きご使用いただくまでの一連の事業プロセスに携わるすべての企業が協力して社会の要請に応えていくことは勿論ですが、政府、NGO/NPOなどをも巻き込んだまさにマルチステークホルダーでの取り組みが求められています。グローバルスタンダードを理解しつつ、一方で各国や地域、ステークホルダーの多様な価値観を認め、尊重することもまたグローバル企業として求められる資質であると考えています。これが21世紀における新たな共存共栄のありかたであり、持続可能性に向けた取り組みの輪を広げていくことが、当社の考えるサプライチェーンCSRの姿です。

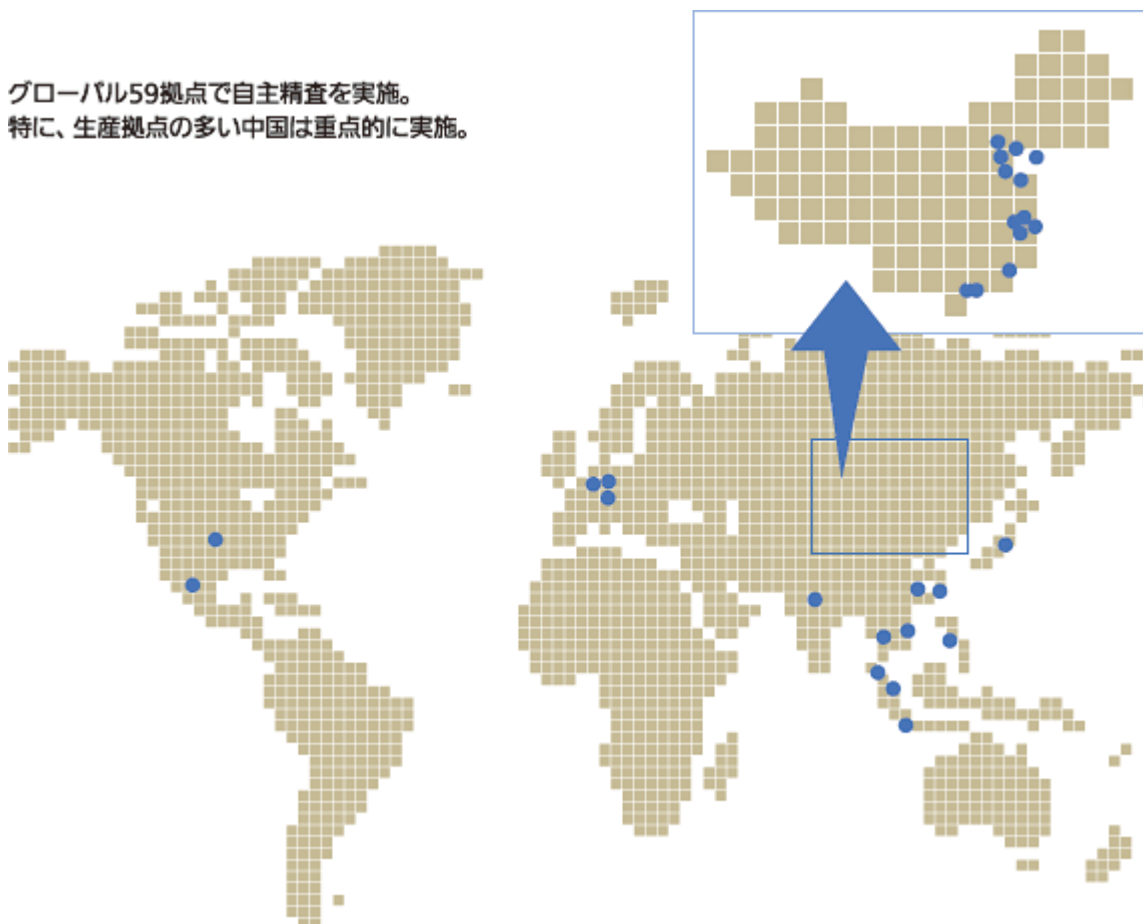
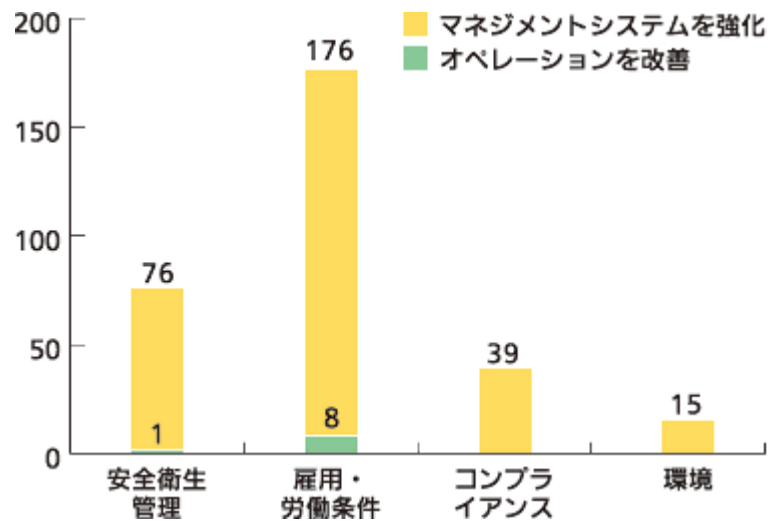
パナソニックとサプライチェーン

当社の製品は、グローバルなステージで、さまざまな購入先様、取引先様とのパートナーシップを通してお客様に提供されています。

グローバルCSRタスクフォースの取り組み

社会やお客様から求められるCSRの要請を客観的に見極め、実践し、説明責任を果たすことが当社に求められた責任と考えています。これは、サプライチェーンという枠組みにおいても同様で、当社だけではなく、取引先様・購入先様とのパートナーシップを通じて取り組んでいます。

2007年度の「全社CSR会議(議長:大坪社長)」において、CSRに関する全社的な仕組みの総点検を行うことが決定されて以降、全社を挙げた推進と支援体制の整備を行ってきています。この具体的な推進の枠組みが、「グローバルCSRタスクフォース」です。

社内においては、デバイス事業領域を担当するインダストリー営業本部およびドメインが先陣となり、グローバルにCSR課題を多角的に抽出、各事業場での自主精査・内部監査を推進しています。とくに当社の製造拠点が多い中国やアジア地域などでも急速に社会的な関心が高まりつつある人権・労働安全衛生・環境・コンプライアンスについて、当社の経営理念に照らし実践すべきレベルをまとめた「グローバルCSRチェックリスト」を用いて実施しています。

《自主精査を実施した当社製造拠点》

《59拠点での自主精査結果をふまえた対応状況》

2008年度はグローバルに59製造拠点で自主精査を実施。延べ306件の雇用・労働条件を中心とした課題の抽出を行いました。うち、オペレーションの改善を要する件数が9件、マネジメントシステムの強化を要する件数が297件となっています。この自主精査を通じて課題認識を行った項目については、ただちに各拠点で業務ルールやしくみに落とし込むことを徹底し対策を打ったほか、グローバル全拠点の責任者を集めての「グローバルCSR会議」の場で共有しました。2008年度はデバイス事業領域だけではなく、オーディオビジュアル機器を中心としたセット事業領域を担当する製造拠点18拠点での実施を含んでいます。

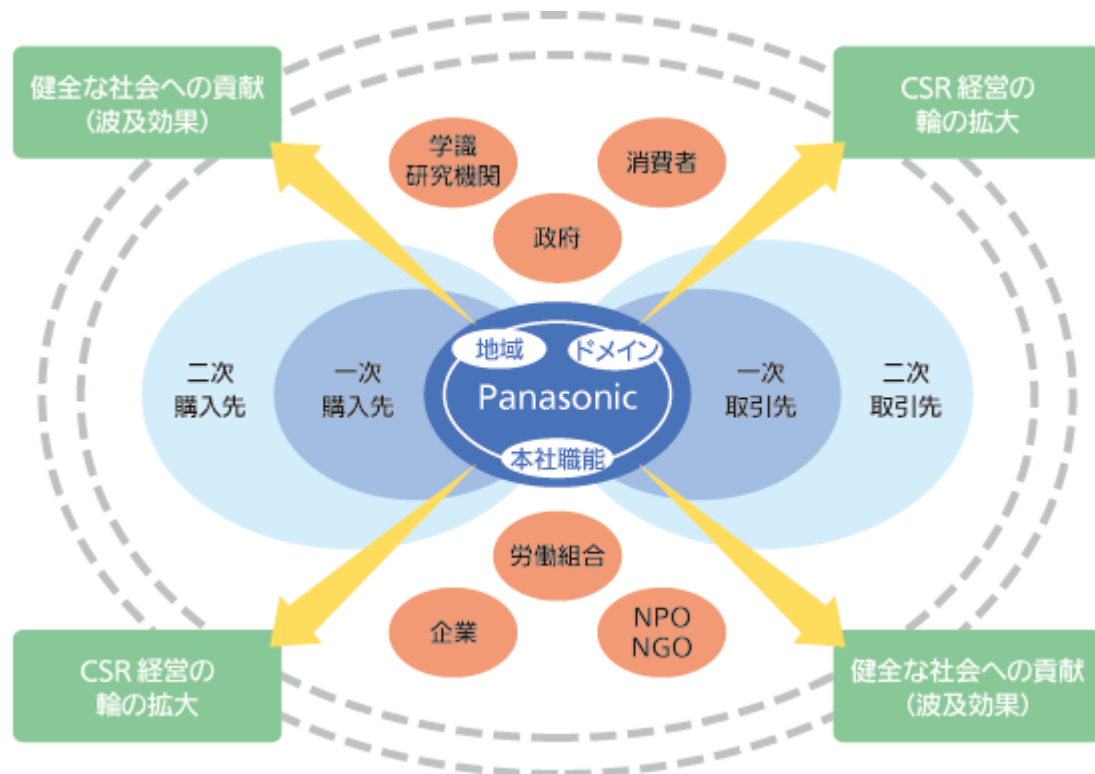
また、CSR経営の推進に関する合意を結んだ取引先様の数は80社に達し、従来から取り組んでいる購入先様との協働に加え、サプライチェーン全体でのパートナーシップを通じたCSRを推進していきます。

今後の展開　サプライチェーンCSRコミッティー

2008年度までの「グローバルCSRタスクフォース」活動を総括し、今後の当社のサプライチェーンにおけるCSR推進の方向を定め、実践していく枠組みとして、「サプライチェーンCSRコミッティー」の設置を全社CSR会議において決定しました。

今後とも取引先様・購入先様とのパートナーシップにおいてCSRを推進することを基本的な考え方とし、地域・ドメイン・本社職能のすべてが参画する全社活動として、取り組んでいきます。

「グローバルでゼロリスク」「新しい価値の創造」をさらに加速するとともに、マルチステークホルダーとの連携強化も視野に入れた活動の展開に取り組み、CSR経営の輪を拡大することで、健全な社会への貢献を目指していきます。

《グローバルCSRタスクフォースの推進の考え方》

新たなSR国際基準との調和

多様化する地球規模での諸問題に対して、もはや企業の力だけで解決することは困難になりつつあるとの認識から、CSRからSRとしてこれらの問題をとらえる方向が社会の趨勢となってきています。具体的には、政府、学識研究機関、消費者、NPO/NGO、労働組合といったさまざまなステークホルダーによる協働が必要とされています。例えば鉱物資源調達に関わる問題に対しては、鉱山採掘企業にまでさかのぼった企業間の連携ばかりでなく、その根本原因の解決のためには、NPOやNGO、また政府といったレベルでの協働が必要となります。現在、こういったマルチステークホルダーによる具体的な動きとして、社会的責任のISO規格化（2010年9月発行を目指すISO26000）、欧州などの事例にならった日本初の円卓会議の開催があります。

当社はこれらの活動への日本産業界の参画主体である（社）日本経団連に所属する企業の一員として、責任ある立場を担い、貢献しています。中でも、日本経団連でCSRを担当する社会的責任経営部会の部会長企業として、ISO26000の日本国内委員会、円卓会議の総合戦略部会において委員活動を展開しています。

取引先様からのご意見

ノキアでは、企業の責任をノキア・バリューをそのフレームワークとし、あらゆる事業の側面でこれを実践することで、お客様からの満足と信頼を獲得するとともに、目標の達成に向けた日々の革新、取り組みの拠り所としています。当社のコミュニティーに属するすべてのメンバーをこの取り組みに参加させることで、責任は全員で担うべきものとの信念を明確にし、世の中に広くお約束しています。ノキア・バリューは、当社の行動規範に盛り込まれており、従業員はそれぞれの行動、事業活動において例外なく遵守することを求められています。

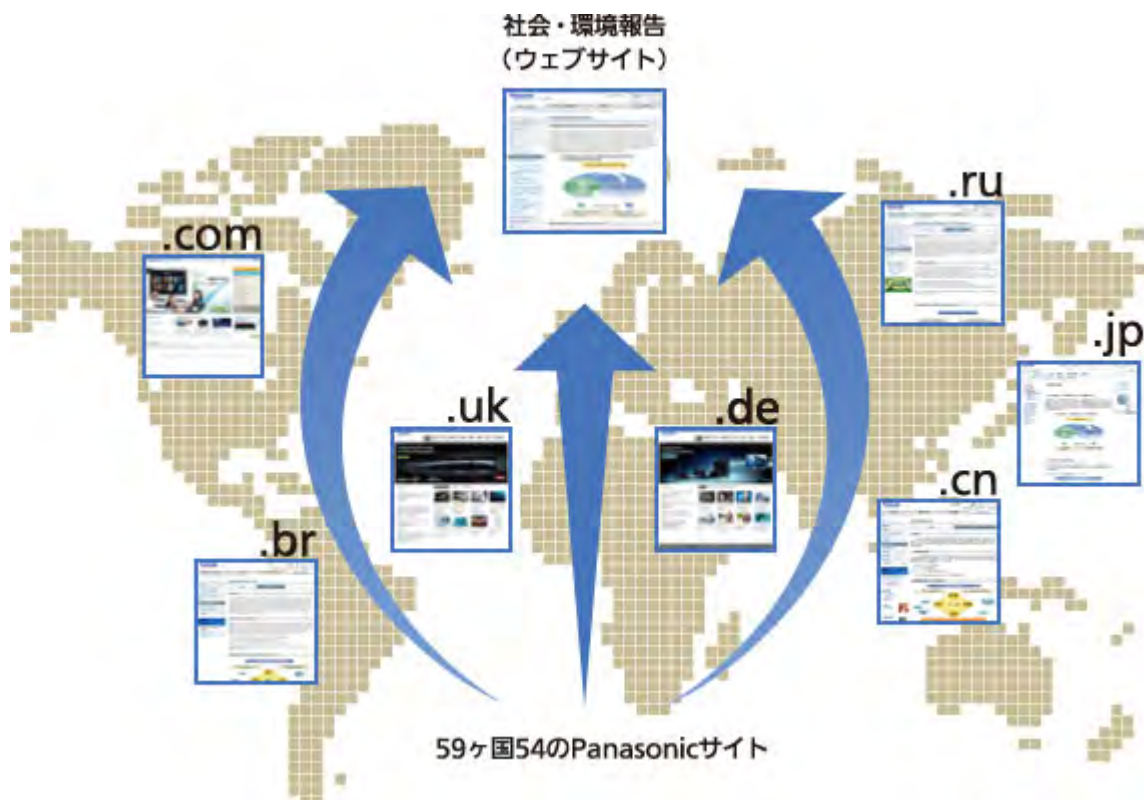
当社は、環境および社会に関する健全な方針を堅持することが、持続的にビジネスを成功させ責任を果たしていくのに重要な役割を担っている、と考えています。

当社は、パナソニックに対しても同様の倫理観を持って事業に取り組むことを期待しています。これを確実にするため、ノキアでは、Take-backプログラム（＝使用済み商品の回収・リサイクルの取組み）のような課題から人権尊重や腐敗防止までの、環境的・社会的要件を設定した、総合的なノキアサプライヤー要件（NSR）を展開しています。当社は、パナソニックと密接に協力し、これら要件の達成が促進されることを目指しています。また、パナソニックが、当社の行動規範にある倫理ガイドラインに則り、日常の事業推進においてこれらの基準を適用するよう期待しています。当社とパナソニックとのパートナーシップにより、相互のビジネスの成功と持続につながるものと確信しています。

ノキアCSRチーム

私たちのお伝えしたいこと（報告アプローチ）

全世界に向けてウェブサイトで発信・報告

ユビキタスネットワーク社会における新たな報告形態と環境負荷の削減を目的として、本年度より当社の社会環境報告は、冊子を廃止しウェブでの発信・報告に一本化しました。またグローバルのステークホルダーに向け世界中のPanasonicサイト（59ヶ国54サイト）から、当社の社会・環境報告により簡単にアクセスできる環境を整備していきます。よりタイムリーに、よりグローバルな報告を実施することで、CSRに関する十分な説明責任を果たしていきます。

基本的な考え方

多様な事業を営む当社にとって、持続可能性に関する課題は広範にわたります。その中から重要なものを抽出・分析し報告する手段として、2008年度より当社独自の「パナソニックCSR報告ガイドライン」を作成し、それに基づいて報告を行っています。

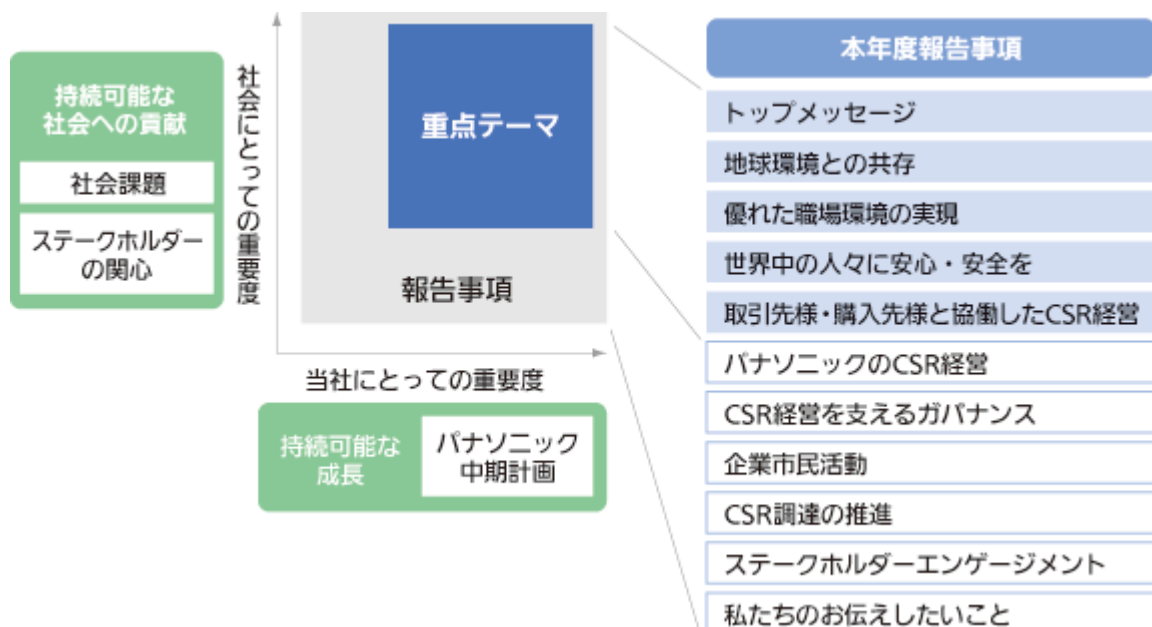
これは当社の主な4つの事業領域（デジタルAV事業、生活快適実現事業、デバイス事業、カーエレクトロニクス事業）において果たすべきと考える責任と、あるべき姿をふまえ、さらに世界中のさまざまなステークホルダーの意見が反映された「グローバル・レポーティング・イニシアティブ　サステナビリティレポーティングガイドライン第三次改訂版（GRI G3）」や、環境省による「環境報告ガイドライン07年度版」などを参照し、作成しています。また報告事項の合理的選定方法としては、AA1000※の3原則を参照しました。

《AA1000の3原則》

重要性	ステークホルダーの行動・意思決定に必要な情報が含まれているか
完全性	組織が持続可能性に関連する重要な側面をどの程度完全に特定し理解しているか
対応性	ステークホルダーの関心に適切に対応し、その結果が開示されているか

※英国アカウンタビリティー社が開発したCSR情報開示規格

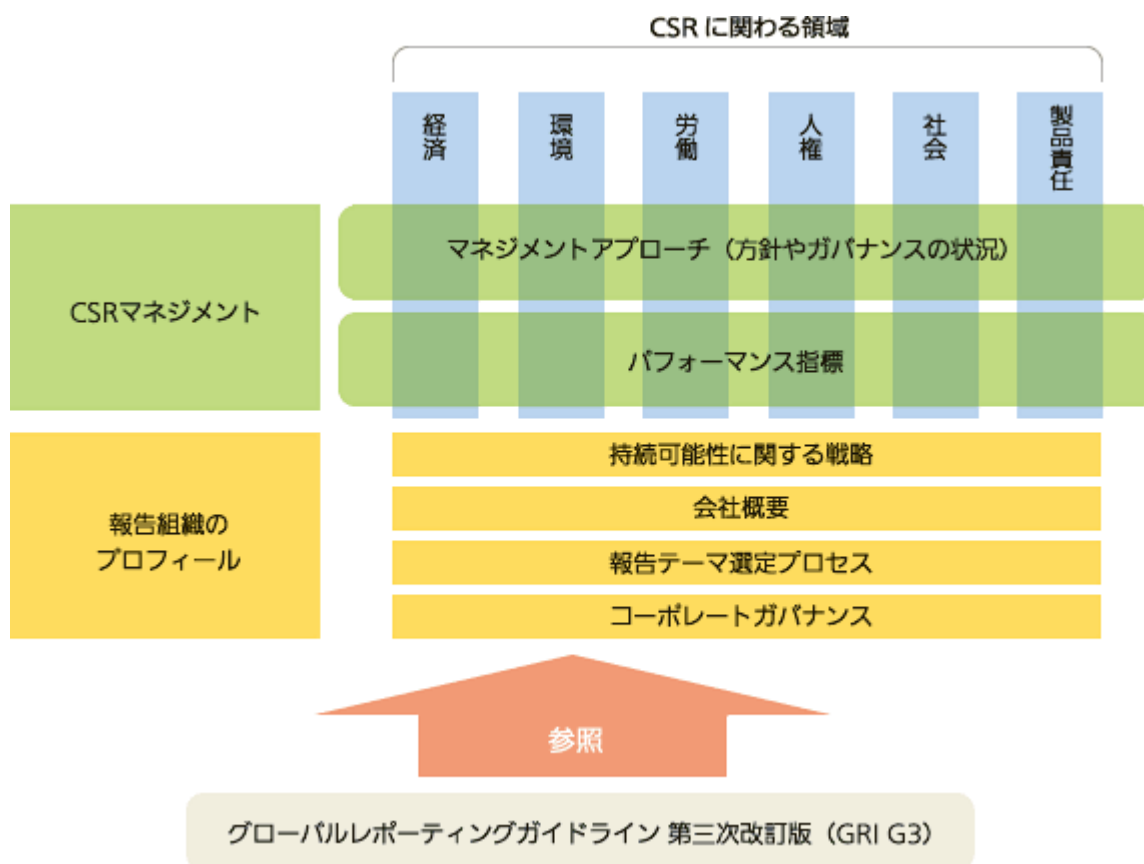
何をお伝えするか（重要性の考え方と判断基準）

当社のCSR活動の基本は、「社会の公器」であることです。社会の公器として「持続可能な成長」と「持続可能な社会への貢献」をグローバルに果たすことが重要性を考える上での前提となります。
具体的には、「持続可能な成長」という観点から当社中期計画（GP3計画）を参照し、「持続可能な社会への貢献」という観点からは、ステークホルダーとの対話やグローバルな社会的課題の動向をふまえて、CSR課題の洗い出しと重要な報告事項の選定を行いました。

どのようにお伝えするか（対応性の考え方）

当社は「お客様第一」「共存共栄」「衆知を集めた全員経営」などの考え方に基づき、お客様・従業員への意識調査、エクセレントパートナーズミーティングなどの活動を通して、重要なステークホルダーであるお客様や取引先様、従業員との対話を重視してきました。また、グローバルアドバイザリー会議など、社内外の関係者を集めた専門委員会の開催なども実施しています。
さらに当社の多様な事業に関わるステークホルダーに対応するために、各々の組織や社員一人ひとりが日々の行動の中でステークホルダーと対話し、CSR 課題を事業活動の中に組み込んでいくプロセスの確立に継続的に取り組んでいます。
これらの活動をとおして、収集したステークホルダーの意見に基づいて、報告を実施します。

どこまでお伝えするか（完全性の考え方）

報告内容として、当社にとって都合のよいことばかり選択するのではなく、網羅的に重要な事象を取り扱うように配慮しています。
具体的には、「グローバル・レポーティング・イニシアティブ　サステナビリティレポーティングガイドライン第三次改訂版（GRI G3）」やステークホルダーとの対話などに基づき、CSRに関連する分野全般を網羅する当社独自の「CSR報告ガイドライン」を策定しています。
これに基づいて、当社のCSRマネジメントにおけるマネジメントアプローチ（方針やガバナンスの状況）、各種パフォーマンス指標、報告組織のプロフィールを報告します。

《当社CSR報告ガイドライン》

関連するウェブサイト・レポート冊子

各ウェブサイト・レポート冊子は以下より、ご確認いただけます。

財務情報について

パナソニックグループの事業概況と財務情報についてご報告しています。

IRサイト

http://panasonic.co.jp/ir/

年次財務報告書
（アニュアルレポート）

2009年度版は、7月末頃掲載予定です。

環境活動について

パナソニックグループの環境活動の取り組みについてご報告しています。

環境活動サイト

http://panasonic.co.jp/eco/

エコアイディアレポート

2005年度より「社会・環境報告」における環境情報の補強を目的として「環境データブック」を発行してきましたが、環境経営の重要性が高まっていることを鑑み、本年度より名称を「エコアイディアレポート」に変更し、当社の環境経営について年次報告をおこなっています。

エコアイディアレポート2009 本編をご覧いただけます。
（50ページ/PDF：5.2MB）
http://panasonic.co.jp/csr/reports/pdf/panasonic_eiR09j.pdf

エコアイディアレポート2009 データ集をご覧いただけます。
（16ページ/PDF：831KB）
http://panasonic.co.jp/csr/reports/pdf/panasonic_eiR09j_data.pdf

エコアイディアレポート2009 本編・データ集一括をご覧いただけます。
（66ページ/PDF：6.3MB）
2009年6月発行
http://panasonic.co.jp/csr/reports/pdf/panasonic_eiR09j_all.pdf

企業市民活動について

パナソニックグループの社会貢献活動の取り組みについてご報告しています。

パナソニックの企業市民活動レポート

http://panasonic.co.jp/cca/

企業市民活動リーフレット

パナソニックでは「育成と共生」を共通の行動理念に、各国で様々な社会貢献活動に取り組んでいます。それらの活動をまとめてご紹介しています。

企業市民活動リーフレットをご覧いただけます。
（1ページ/PDF：871KB）
2009年6月発行
http://panasonic.co.jp/csr/reports/pdf/pcc_jpn.pdf

グローバルコンプライアンスの徹底

“Think Globally, Act Locally！”

常務取締役
法務・知財担当、企業倫理担当、リーガル コンサル&ソリューションセンター担当、国際渉外担当
鹿島　幾三郎

Think Globally！

世界がボーダレス化し、グローバル競争が日常化する中、すべての事業活動もグローバルな視点で判断し推進することが求められています。コンプライアンス活動については、従来、地域・国ごとに法令や慣習が大きく異なるため、グローバルな活動は難しいとの考え方が主流でした。ところが、昨今の経済活動のグローバル化の流れを受けて、企業活動に関わる各国法令も、急速に似通ってきています。また、企業の社会的責任も、地域・国の法令や慣習の違いを超え、世界共通であるとの考え方に変わりつつあります。

私自身、各国の事業場で経営者や社員、ステークホルダーの皆様とお話をするたびに、このことを実感しています。そして、世界共通に受け容れられる、シンプルでわかりやすいコンプライアンスを事業現場のすみずみまで浸透させたいとの思いを強くしています。

当社は創業以来、「企業は社会の公器」であり「事業を通じて社会に貢献する」との考え方を基軸とする経営理念を、あらゆる活動のよりどころとしてきました。そして、その実践指針である「行動基準」を22言語で作成し、グループ30万人の従業員が日々の活動の道標として共有しています。2008年10月の社名変更・ブランド統一を機に、その名称を「松下グループ行動基準」から「パナソニック行動基準」に改め、同時に、企業に対する社会の新たな要請に対してグローバルに応えていく当社の基本姿勢を、より明確に表現しました。

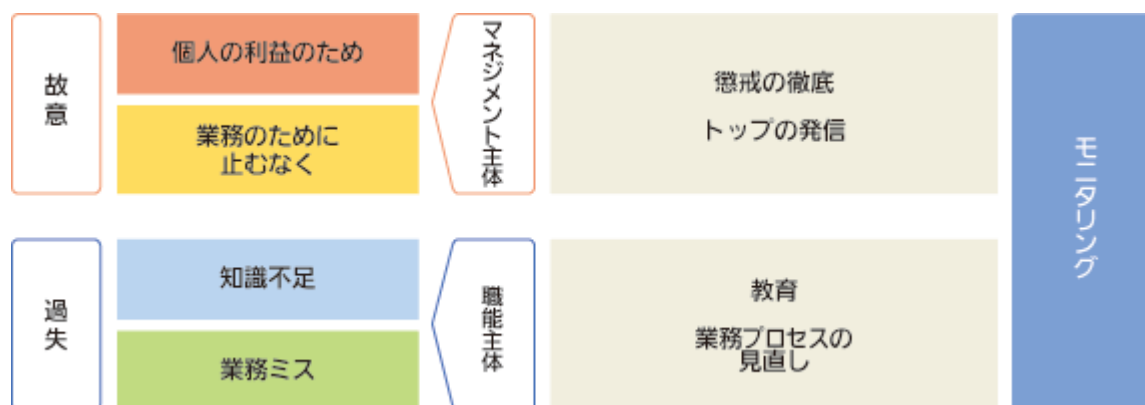
当社では毎年10月をコンプライアンス月間と定め、全世界の従業員が参加するグループ共通の取り組みを行っています。あわせて独占禁止法順守と安全保障輸出管理を、最重要コンプライアンス分野と位置づけ、グローバルにそれらの順守徹底を図っています。

Act Locally！

一方、コンプライアンスの徹底のためには“Act Locally”の視点も必要です。すなわち、世界共通の方針のもと、地域や国、事業分野にあわせてコンプライアンス活動の手法を工夫し、展開することが重要です。そのため当社では、各国・地域ごと、また事業ドメインごとにコンプライアンス徹底のためのネットワークを構築し、全社方針に沿って、その地域や事業現場の特性に応じたコンプライアンス活動を行っています。

加えて、“Act Locally”には、常に「現場・現物・現実」の視点に立ってコンプライアンスプログラムを整備していくという意味も込めています。これまでのいわば教育一辺倒の取り組みでは、どうしてもコンプライアンスの徹底に限界がありました。そこで、例えば、コンプライアンス違反や不祥事の原因を、組織の事情や個人の利益のための「故意」と知識不足や業務ミスなどの「過失」に分類し、それぞれの原因に応じた対策を講じるなど、多面的に取り組んでいます。前者の「故意」については、トップによるコンプライアンスの重要性の発信や懲戒の徹底などを通じて、違反・事故を「起こさない」ための活動を行っています。そして、後者の「過失」については、幹部・社員教育を徹底して行う一方、現場の業務プロセスの見直しやIT化など、違反・事故が「起こらない」仕組みづくりを行っています。現場のすみずみまで定着するには時間はかかりますが、これらの多面的な取り組みを通じて、違反や不祥事を引き起こす可能性がある潜在的要因を事業現場から一つずつ取り除いていくことが重要であると感じています。

2009年度も、社会から信頼される会社を目指して、'Think Globally, Act Locally！'の視点で着実に活動を推進してまいります。

《違反・不祥事の原因と対策の切り口》

コンプライアンス意識実態調査の実施

2008年度はグローバル約97,000名が回答！

コンプライアンスのPDCAサイクルを確実に定着させるためには、実施した施策の有効性や定着度合いについて常にモニタリングを行い、把握しておくことも重要な活動のひとつです。このため当社では、グローバル共通の取り組みとして、従業員に対する“コンプライアンス意識実態調査” を定期的に実施しています。

この調査は、海外のコンプライアンス面のリスクに応じた地域独自の設問を加えるなど、地域ごとに手法や内容を工夫して行っていますが、グローバルでの傾向把握のため、全地域に共通の問題を設定しています。

（グローバル共通設問例）

- あなたは、経営幹部のコンプライアンスに関する思いや方針を見たり聞いたりしたことはありますか？
- あなたの職場では、違反情報が迅速に伝わると思いますか？
- あなたの職場では、コンプライアンス上の問題が潜んでいると思いますか？
- あなたの職場では、事業推進とコンプライアンスが対立する場面では、どちらが優先されると思いますか？

そして、この調査の結果は、地域や会社、また従業員の役職ごとなどさまざまな視点から分析し、コンプライアンスに関する方針・施策の立案や課題の解決などに広く活用しています。

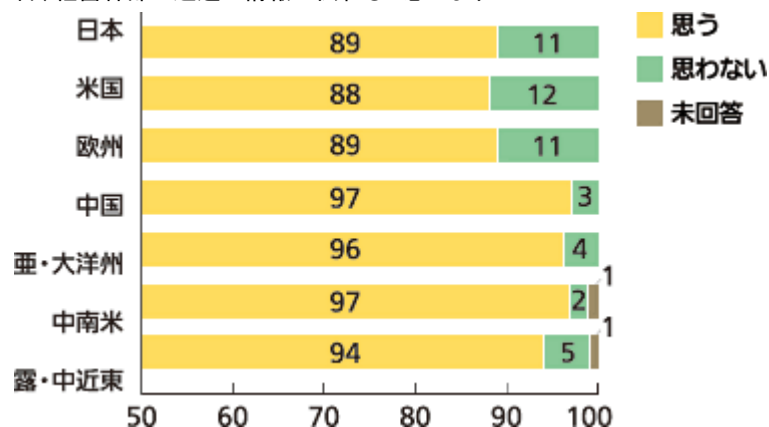
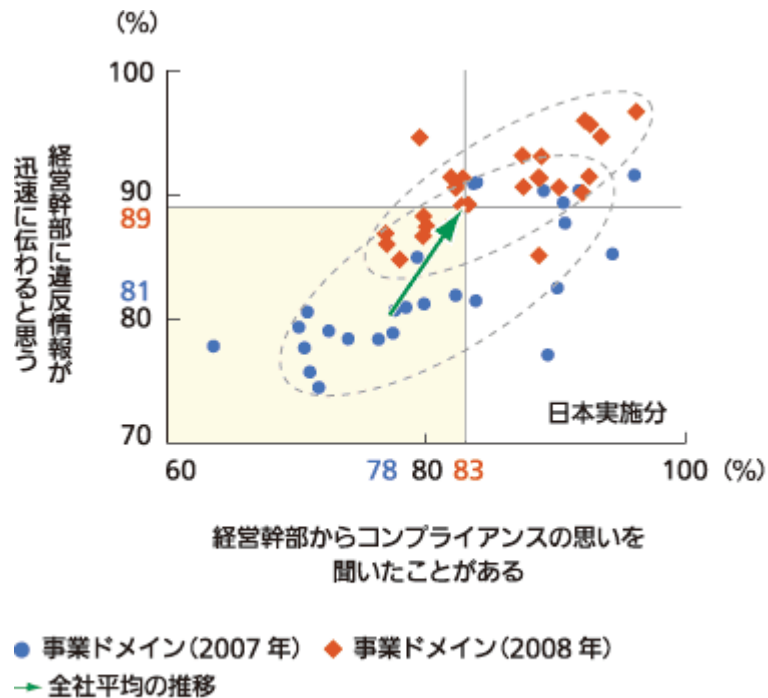
- **分析例1 ー地域ごとの比較ー**
  図1は、特定の設問の回答結果を地域ごとに比較した例です。この分析結果についてはグローバルに共有しており、各地域では、この結果に基づいて自地域の課題を把握し、解決に向けた取り組みを進めています。

• 分析例2　－設問間の相関関係と経年変化－（日本）

図2は、設問間の相関関係と経年変化を分析した例です。2007年度の調査では、図2に示した二つの設問の間に一定の相関関係があることがわかりました。そこで2008年度は、経営幹部がコンプライアンスに関する思いや方針を発信する機会を増やすことに取り組みました。この結果、2008年度の調査では、コンプライアンスに関する違反情報の迅速な伝達に関する設問に、改善の傾向が見られました。

《図2》

重点分野

重点分野の取り組み

当社は、毎年全社で実施しているリスクアセスメントの結果に基づき、独占禁止法（以下、「独禁法」）と安全保障輸出管理に関する法令違反をグループ全社に重大な影響を及ぼすリスクとして位置づけ、重点的に順守徹底を図っています。

独占禁止法順守

私たちは、世界で最も厳しい国の法令・基準に照らしても、競合他社との間でカルテルを行ったという疑いすら持たれるようなことがないようにしなければなりません。そのためには、正々堂々、毅然とした行動をグループの事業現場レベルまで浸透させる必要があると考えています。2008年度は、教育啓発活動を強化・充実させるとともに、「競合他社との活動に関する規程」を策定し、競合他社との活動に際して順守すべき事項、禁止事項を明示しました。同時に、同規程に基づき、当社の全役員、従業員が競合他社との活動に参画する場合には、事業場長および法務責任者の事前承認を取得する制度の運用を開始しています。2009年度は、これらの取り組みの定着をグローバルに見届けるほか、より実効性のある教育やモニタリング施策を検討し、その導入を図っていきます。

また、三洋電機（株）との資本・業務提携においても、各国独禁当局の許認可取得手続きはもとより、独禁法順守を大前提としてシナジー創出の検討を行っています。

競合他社との活動に関するガイドブック ーカルテル防止に向けて

安全保障輸出管理

当社は、過去20年来、全事業場に張り巡らされた神経系統ともいうべき輸出管理責任者・連絡者のネットワークを通じて、着実に「輸出管理」の取り組みを推進してきました。しかし、国際情勢の緊張化や新興国における当社事業の拡大、グローバルな事業再編の加速などにより、グローバルに、より確実で効率的な取り組みを行うことが求められています。そこで、「Fail Safe」、「効率化」、「ノウハウ伝承」の切り口で、(1)これまでドメイン個別の手法で実施していた該非判定や取引審査の業務プロセスを全社で標準化し、それをITシステムに組み込む、(2)人材確保と育成強化を図る、(3)グローバルに共通の考え方で、漏れのない順守を図る、の3点の取り組みを始めています。「日本中心の輸出管理からグローバル安全保障輸出管理へ」をキーワードに転換を図っていきます。

海外地域での取り組み

当社では、各国・地域ごとに法務・コンプライアンス推進のためのネットワークを構築し、全社方針に沿って、その地域や事業現場の特性に応じたコンプライアンス活動を行っています。その一例を紹介します。

欧州での取り組み

欧州では、EU競争法の順守を地域共通の重点分野として位置づけ、教育啓発活動や立会い形式でのモニタリングなど、さまざまな取り組みを行っています。2008年度は、とくに、教育啓発活動を強化・充実させました。具体的には、在欧グループ各社のリーガル・マネージャーが行うセミナーだけでなく、パナソニック ヨーロッパ(株)法務部と連携して行う競争法セミナーを19社に対して実施し、合計355人が受講しました。また、事業ドメイン会社との連携のもと、競争法に関するオンライン研修を現地従業員、日本人赴任者はもちろんのこと、日本国内の欧州担当者に対しても積極的に実施し、3月末時点で、合計934人が受講しました。

欧州において「法務責任者会議」を定期的に開催
法務責任者(写真)が汎欧および各社の法務課題について共有し、活発に議論

アジア・大洋州での取り組み

アジア・大洋州地域のコンプライアンス経営を加速させるため、2008年度は、シンガポールで開催されたアジア・大洋州経営責任者会議および法務会議のなかで、域内グループ代表会社約30社の経営幹部およびリーガル・マネージャー約50名が、独占禁止法順守や安全保障輸出管理の全社方針および同地域共通の課題を共有し、同地域におけるコンプライアンスの徹底に向けた意志の統一を図りました。

さらに2009年度は、各国ごとに法務会議を開催し、国特有の法務・コンプライアンスの課題を共有するとともに、グループ会社ごとに具体的アクションに落とし込むことにより、コンプライアンスの徹底を図っています。

アジア大洋州法務会議で、発表者の説明に熱心に耳を傾ける出席者

中国での取り組み

2008年11月、本社、事業ドメイン、地域統括会社および中国現地法人の法務責任者など約80人が一同に会する中国・北東アジア・リーガルネットワーク会議を、中国の北京市で開催しました。この会議においては、同年8月に施行された中国独占禁止法への対応や、安全保障輸出管理の推進における課題解決に向けた討議など、積極的な情報共有と意見交換を行いました。

中国・北東アジア・リーガルネットワーク会議で、コンプライアンス風土の醸成へ向けた取り組みを要請する本社法務 中村本部長

事業分野ごとの分科会で具体的アクションについて討議する出席者

また、パナソニックチャイナ（有）法務は、現場に潜むコンプライアンス上のリスクの抽出を目的として、公正取引、輸出管理、関税法、会社法など、6重要法分野ごとにチェックリストを整備しました。これらのリストには、中国の法令や事業実態に合わせたリスク項目を詳細に盛り込んでおり、これらを活用したコンプライアンスの自主点検活動を各事業現場で開始しました。

中国の法務・コンプライアンス推進活動を率先する中国法務専任者

北米での取り組み

米国内のみならず域外にも適用される米国輸出管理規則（EAR）の順守は、グローバルに事業を営むパナソニックグループにとって必須であり、パナソニックノースアメリカ（株）法務部が本社法務と連携し、その取り組みをリードしています。2008年度は、EARに基づく輸出時の該非判定を正しく行うためのITツールを開発しました。EARは、米国製品だけでなく、米国製の部品や技術を含む製品の輸出にも適用されるため、米国のグループ会社に加え、EARが適用される他地域のグループ会社の業務プロセスにも導入を開始しました。

一方、北米地域内においては、高度な技術情報を取り扱う在米の研究所や開発拠点における研究会の開催やモニタリングの実施など、重点的な取り組みを行っています。

赴任者のための法務ガイド

海外赴任者が、現地の法律などを正しく理解するために、各国特有の法律事情を盛り込んだ法務ガイドを作成しています。また現地従業員の教育にも活用できるように英文でも作成しています。

赴任者のための法務ガイド

情報セキュリティの徹底

「お客様に安心してお付き合いいただける会社」を目指します。

情報セキュリティ基本方針

当社は経営基本方針にのっとり、優れた技術、製品およびサービスによって、お客様の満足と信頼を得ることを目指しています。そのためには、お客様の情報、個人情報、財産的情報を始めとする情報の保護が重要であることを認識し、情報セキュリティを経営の重要戦略の一つと位置付け、以下のようにこれに取組み、以って健全なる情報化社会の実現へ向けて尽力します。

- **1.情報セキュリティ体制**
  各組織に情報セキュリティの責任体制を敷き、所要の規程の策定と実施により適切な管理に取組みます。
- **2.情報資産の管理**
  情報は、そのセキュリティ確保のため、重要性とリスクに応じ取り扱いを明確にし、適切に管理します。
- **3.教育・訓練**
  全役員および従業員に対して情報セキュリティについての教育・訓練を継続的に実施し、その意識向上と情報セキュリティに関連する諸規程の徹底を図ります。違反者に対しては、懲戒も含め、厳正に対処します。
- **4.安心できる製品・サービスの提供**
  利用されるお客様の情報のセキュリティに配慮し、安心してお使いいただける製品・サービスの提供に努めます。
- **5.法令順守と継続改善**
  関連する法令、その他の規範を順守するとともに、環境の変化に合わせ情報セキュリティ確保への継続的な改善・向上に努めます。

情報セキュリティ強化の取り組み

ISO/IEC 27001の取り組み

当社はさまざまな企業活動の中で、消費者の皆様の個人情報やお取引先様の情報をお預かりすることが増えています。これらのお預かりした情報の管理がきちんとできることが「社会から信頼される」会社のひとつの条件になっています。

また、お取引先様からビジネスの前提として情報セキュリティを要請される機会も多くなっています。
一方、グローバル企業として成長を続けるためには、市場競争力を生む技術を保護しつつ、スピーディーにグローバルな開製販オペレーションを実現することが必要です。その際に、当社内で適切に情報を共有・活用することが求められます。
このような経営環境の中、2007年度より情報セキュリティの国際標準であるISO/IEC 27001認証取得の取り組みを始めています。2008年度には国内の大部分のグループ会社が取得し、2009年度から海外のグループ会社でもその取り組みを展開します。

2009年3月現在、全世界で370人のISM（Information Security Management）プロフェッショナルと1,798人の監査リーダー、5,832人の監査員からなる体制を構築しており、国際認証を活用した情報セキュリティレベルの維持・向上に努めています。

適正な宣伝活動

各地域における規則や慣習のもとでの宣伝活動に取り組んでいます。

基本的な考え方

創業者 松下幸之助の「事業活動を通じて社会に貢献する」という経営理念のもと、『良い商品ができれば、メーカーには、それをより早く、広く、正しくお客様にお伝えする義務があり、そのための宣伝活動である。』との思いを受け継いでいます。

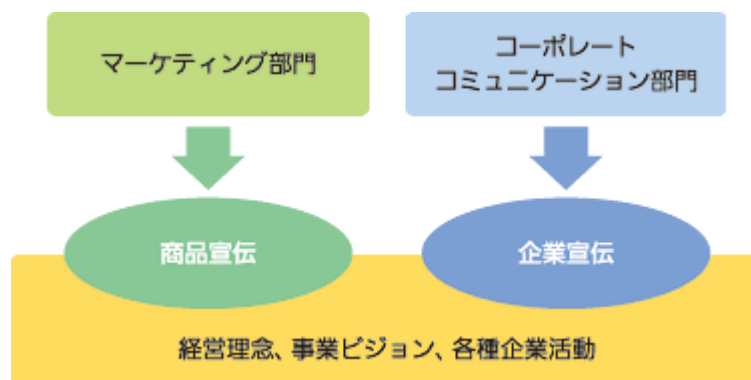
また、今日では、商品のみならず、さまざまな企業活動について広く社会にお伝えしていくことも重要な社会的責任となっています。これについても同様の考え方のもと、取り組んでいます。
例えば、当社の事業ビジョンの一つであり、社会全般の共通課題である「地球環境との共存」をテーマとした宣伝活動では、当社のさまざまなエコ活動を「商品のエコアイディア」、「モノづくりのエコアイディア」、「広げるエコアイディア」という3つの側面から、わかりやすく、そしてタイムリーにお伝えすることを心がけています。また同時に当社の宣伝活動を通じて、少しでも多くのお客様に環境保全の大切さを理解いただくことができれば、とも考えております。

広告法規等の順守

宣伝活動の推進にあたっては、世界各地域における各種の関係法規・業界規制などの順守を旨とし、お客様に誤解や誤認を与えないように心がけています。
例えば日本国内においては、「景品表示法」などの各種広告法規、（社）日本アドバタイザーズ協会の「倫理綱領」、各メディアの考査規準などがあります。

また、上記の目的を果たすために、日々の業務でのOJT、あるいは大きな法改正時などにおいては社内研修会などを実施し、担当者への周知・啓発に努めています。
加えて外部団体による研修・セミナーなどへの参加、あるいは必要に応じた外部専門家へヒアリングなども実施しています。

推進体制

《マスコミ宣伝推進体制（概要）》

広告制作における指針・心構え

日々の広告制作（テレビCMや新聞広告などを作る作業）においては、次のようなことを指針・心構えとして取り組んでいます。

- 広告宣伝活動は、企業活動における重要な社会的使命である
- 企業の「こころ」を伝える活動である
- 事実を正しく、お客様が理解しやすいように
- 不快感を与えたり、迷惑をかけたりしない

宣伝メディアについて

マスコミ宣伝活動に使用するメディアは、各地域で広く社会に受け入れられ、認知されているものを、コスト効率なども勘案しつつ、選定しています。

政治活動への貢献

経済のグローバル化、世界規模の環境・社会課題の顕在化などにともない、よりよい社会実現のために政治の果たすべき役割はますます大きくなっています。

当社は、日本経団連による政治寄付の方針に従い、政策本位の政治の実現、議会制民主主義の健全な発展、政治資金の透明性向上の観点から、企業の社会的責任の一端として、自発的な政治寄付を行っています。

具体的には、日本経団連が緊急かつ重要と思われる10項目の「優先政策事項」を決定し、これに照らして政党の政策を評価し、企業が自主的に政党の政治資金団体に寄付を行う際の参考としています。

2009年1月に公表された、当面重要と考えられる10項目の「優先政策事項」は次の通りです。

1. 緊急・大型の経済対策による景気刺激・金融安定化と税・財政の抜本改革の推進
2. 安心で持続可能な社会保障制度の確立と少子化対策の推進
3. 民間活力の発揮を促す規制改革・民間開放、電子行政の実現と経済法制等の整備
4. 産業の国際競争力強化に向けたイノベーションの推進
5. 持続可能で活力ある経済社会の実現に向けた資源・エネルギー政策と地球環境対策の推進
6. 公徳心をもち心豊かで個性ある人材を育成する教育改革の推進
7. 雇用のセーフティネットの強化と雇用・就労の多様化の促進
8. 道州制の導入の推進と魅力ある経済圏の確立
9. グローバル競争の激化に即応した通商・投資・経済協力政策の推進
10. 戦略的な外交・安全保障の推進と憲法改正に向けた合意形成

ホットライン

より風通しのよい、オープンで透明な企業風土を確保するための制度として、「公益通報」、「公正取引」、「イコールパートナーシップ相談」、「フェアビジネス」、「グローバル」および「監査役通報システム」の6本のホットラインを本社に設置しています。不正な目的でなく通報・相談を行った者が、これを理由に不利益な取り扱いを受けることはないことを「パナソニック行動基準」と社内規程に明記しています。本社のホットラインでは、1999年の「イコールパートナーシップ相談」（当時は「女性相談」）の設置以降1,000件近く、昨年度には150件を超える通報・相談を受けつけています。また、事業ドメイン会社、関係会社および地域統括会社においても、適宜ホットラインを設置・運営し、一方で「フェアビジネス」では社外の購入先様からの通報も受けつけ、課題の早期掘りおこしとその解決を図っています。

コーポレートガバナンス

※ 1～13の項目は、有価証券報告書 -第101期（平成19年4月1日～平成20年3月31日）より引用して掲載しております。本文中の社名などは当該報告書提出日（平成20年6月27日）現在のものです。

EDIネット（証券取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム）をご覧いただけます。
http://info.edinet-fsa.go.jp/

以下の項目の一部については、連結会社の状況を記載している。なお、当記載内容は特段の記述がない限り、本有価証券報告書提出日（平成20年6月27日）現在のものである。

1. コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、グループ全体に関わる重要な業務執行を決定し、取締役の職務の執行を監督する取締役会と、取締役会から独立し、取締役の職務の執行を監査する監査役・監査役会によるコーポレート・ガバナンス体制を構築しています。当社は、事業ドメインごとの自主責任経営体制に基づく独自の経営システムおよび当社の事業体制に相応しいコーポレート・ガバナンス体制を以下のとおり構築し、充実を図っています。

2. 会社の機関の内容

1. 取締役会・役員体制

当社の取締役会は、取締役19名（うち社外取締役2名）で構成され、会社法および関連法令（以下、「会社法」と総称する）上、当社の業務執行を決定し、取締役の職務の執行を監督する権限を有しています。

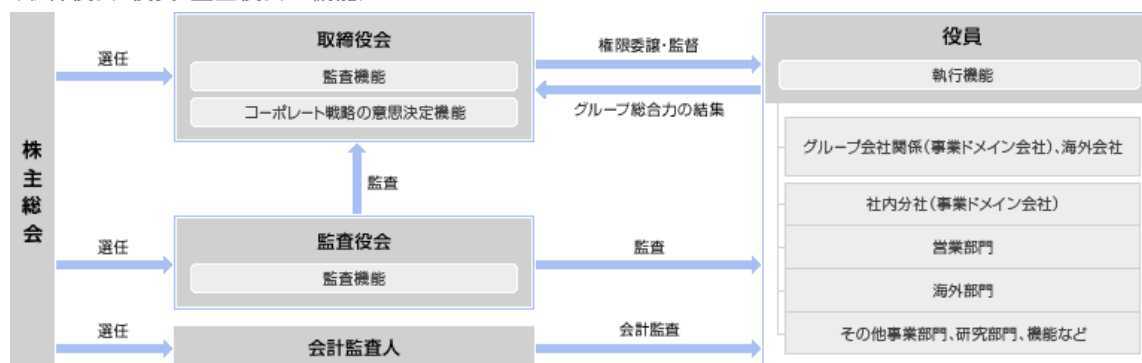
当社は、「企業は社会の公器」という基本理念に基づき、他社に先駆けた社外取締役の導入など、コーポレート・ガバナンスの強化に取り組んできました。当社は事業ドメイン別経営体制に基づき、各事業ドメイン会社にさらなる権限委譲を徹底するとともに、コーポレート戦略においてはグループの総合力を結集するため、国内外の当社グループをまたがる横断的な執行責任者制度として「役員制度」を採用しています。役員は31名（取締役兼任を除く）で、事業ドメイン会社の社長や海外地域統括責任者、本社の職能責任者等です。

また、取締役会は、グループ全体に関わる経営案件について、スピーディーで戦略的な意思決定と健全で適切なモニタリングの両立を行うべく、コーポレート戦略の決定と事業ドメインの監督に集中することとし、執行責任を負う「役員」との機能分担の明確化を図っています。一方、当社グループの事業が広範多岐にわたるという実態をふまえ、それぞれの事業に精通した執行責任者が取締役会に参画する体制をとっています。なお、取締役の責任の明確化を図るとともに機動的な取締役会の体制構築を目的とし、取締役の任期を1年としています。

2. 監査役・監査役会

当社は、会社法に基づき、監査役、および監査役によって構成される監査役会を設置しています。監査役・監査役会は、ガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常の経営活動の監査を行っています。当社の監査役は5名であり、うち3名が社外監査役です。監査役は、株主総会と取締役会に出席し、取締役、役員、従業員および会計監査人から報告を受け、法律上監査役に認められているその他の監査権限を行使しています。これに加え、特に常任監査役（常勤）は、重要な会議への出席や事業場への往査を行うことなどにより、実効性あるモニタリングに取り組んでいます。また、当社グループにおける監査体制を強化するため、社内分社に

計8名の監査役監査を補佐する常勤の「監査役員」を設置しています。これに加え、当社監査役会議長が議長を務める「松下グループ監査役会議」（主要な当社グループ会社の常勤監査役および常勤の監査役員計18名で構成されています。）を設置して、当社グループ会社の監査役、および監査役員と当社監査役との連係を図り、グループ全体のガバナンスを有効に機能させるための体制を整えています。さらに、監査役の監査職務の遂行にあたっては、監査役と内部監査部門が緊密な連係を保ち、効率的な監査を実施しています。なお、監査役監査の実効性を高め、かつ監査業務を円滑に遂行できるようにするため、5名の専任の監査役スタッフが所属する監査役室を監査役会の直轄下に設置しています。

＜ガバナンス体制＞
（取締役会・役員・監査役会の機能）

3. 内部統制システムに関する基本的な考え方およびその整備状況

当社の内部統制システムの整備に関する基本方針とその整備状況は以下のとおりです。なお、当社は平成18年5月18日開催の取締役会において、内部統制システムの整備に関する基本方針について決定し、平成19年7月25日開催の取締役会において、この基本方針を継続することを決定しました。基本方針の内容は以下のとおりです。

1. 内部統制システムの整備に関する基本方針

a. 取締役の職務執行の適法性を確保するための体制
コンプライアンス意識の向上を図るとともに、効果的なガバナンス体制およびモニタリング体制を整えることによって、取締役の職務執行の適法性を確保します。

b. 取締役の職務執行に関する情報の保存と管理に関する体制
取締役の職務執行に関する情報は、法令および社内規程に従い、適切に保存と管理を行います。

c. リスク管理に関する規程その他の体制
リスク管理に関する規程を制定し、リスクに関する情報を一元的・網羅的に収集・評価して、重要リスクを特定し、その重要性に応じて対策を講じるとともに、その進捗をモニタリングし、継続的改善を図ります。

d. 取締役の職務執行の効率性を確保するための体制
意思決定の迅速化を図るとともに、事業計画等によって経営目標を明確化し、その達成状況を検証することによって、取締役の職務執行の効率性を確保します。

e. 従業員の職務執行の適法性を確保するための体制
コンプライアンスに対する方針の明示によって、従業員のコンプライアンス意識の向上を図ります。また、効果的なモニタリング体制を整えることによって、従業員の職務執行の適法性を確保します。

f. 監査役の職務を補助する従業員に関する事項および当該従業員の取締役からの独立性に関する事項
監査役監査の実効性を高め、かつ監査職務を円滑に遂行するため、取締役から独立した組織を設け、監査役スタッフを置きます。

g. 監査役への報告に関する体制

取締役および従業員等が監査役に対して適切に報告する機会と体制を確保します。

h. 監査役監査の実効性確保のための体制

監査役が毎年策定する「監査計画」に従い、実効性ある監査を実施できる体制を整えます。

i. 当社グループにおける業務の適正性を確保するための体制

当社は、グループ会社の自主責任経営を尊重しつつも、当社グループとしての業務の適正性を確保するために、グループ会社に対して当社の経営方針・経営理念および(a)から(h)までの基本方針を徹底します。

---

2. 整備状況

a. 取締役の職務執行の適法性を確保するための体制

経営理念実践の指針を具体的に定めた「松下グループ行動基準」や「取締役・役員倫理規程」等の社内規程を制定しています。また、取締役会決議による担当業務の委嘱により、「役員」には執行責任を負わせるとともに、取締役にはコーポレート戦略の決定と事業ドメインの監督に集中させるガバナンス体制を敷き、その体制のもと、取締役の責任を明確化しています。さらに、監査役および監査役会による監査等が実施されています。社内分社においては、法人における取締役会に相当する経営会議、監査役に相当する監査役員を設けています。

b. 取締役の職務執行に関する情報の保存と管理に関する体制

取締役会議事録は、取締役会開催ごとに作成され、取締役会事務局により永久保存されています。また、社長決裁についても、担当部署により永久保存されています。

c. リスク管理に関する規程その他の体制

「リスクマネジメント基本規定」に従って、「グローバル＆グループリスクマネジメント委員会」を中心にリスク情報を一元的・網羅的に収集・評価し、重要リスクを特定するとともに、その重要性に応じてリスクへの対応を図っています。

d. 取締役の職務執行の効率性を確保するための体制

「グループ・マネジメント・コミッティー」の設置、「重要事項決裁規程」の運用、取締役と役員の役割分担、各事業ドメイン会社への権限委譲の徹底、経営上重要な情報の正確かつ迅速な収集・伝達のためのITシステムの整備等により、意思決定の迅速化を図っています。また、「中期経営計画」・「事業計画」等を策定し、月次決算において達成状況を確認・検証のうえ、その対策を立案・実行しています。

e. 従業員の職務執行の適法性を確保するための体制

「松下グループ行動基準」等の社内規程の策定や「コンプライアンス委員会」をはじめとする各種の活動を行うとともに、「業務監査」・「内部統制監査」等の実施、「企業倫理ホットライン」の運用等を通じて、不正行為の早期発見に努めています。

f. 監査役の職務を補助する従業員に関する事項および当該従業員の取締役からの独立性に関する事項

専任の監査役スタッフが所属する監査役室を監査役会の直轄下に設置し、執行部門の組織から分離させています。

g. 監査役への報告に関する体制

取締役および従業員等は、監査役主催の定例報告会等において、業務の運営や課題等について報告するとともに、重要会議に出席を要請して適宜報告しています。また、「監査役通報システム」によって、会計および監査における不正や懸念事項について、従業員等が直接監査役会に通報する体制を構築しています。

h. 監査役監査の実効性確保のための体制

監査役監査を補佐するために、社内分社に「監査役員」を設置しています。また、当社グループ監査役・監査役員との連携を図るために、常任監査役が議長を務める「松下グループ監査役会議」を設置し運用しています。さらに、各部門は国内外の事業場往査に協力し、内部監査部門も適宜報告するなど、連携することにより、監査

役監査の実効性向上に協力しています。

i. 当社グループにおける業務の適正性を確保するための体制

「松下グループ行動基準」の運用、グループ会社への株主権の行使・取締役および監査役の派遣、「重要事項決裁規程」の運用、グループ横断的な職能規程の策定、内部監査部門による定期的な「業務監査」・「内部統制監査」の実施、経営方針発表による目標の共有化および通達等による適切な情報伝達等を行っています。
また、上記各体制のもとで当社グループの業務の適正性を確保することにより、米国企業改革法に基づく財務報告に関する内部統制についても適切な対応を行っている。

※ グループ会社とは、会社法上の子会社をいう。

4. 会社情報の適時開示に関する内部統制

当社は、「企業は社会の公器」との経営理念のもと、透明性の高い事業活動を心がけ、ステークホルダーに対する説明責任を果たすことに努めています。当社の情報開示に対する基本的な考え方は、当社グループの経営理念を実践するために順守すべき具体項目を制定した「松下グループ行動基準」で定め、当社ホームページ等において公表しており、当社の公正かつ正確な財務情報や、経営方針、事業活動、CSR活動などの企業情報を、適時適切にわかりやすく提供することを、情報開示の基本方針としています。

この基本方針に則り、当社グループの経営に関する重要な事項は、取締役会規則に基づき取締役会で決議または報告がなされます。これらの重要な事項やその他国内外の関係諸法令および金融商品取引所規則等により開示が義務づけられている事項は、社内の情報の各所轄部門から、経理・財務担当取締役の監督のもと、情報取扱部門に対して、適時、正確に報告が行われ、重要な情報が収集される仕組みとなっています。

また、国内外の関連諸法令および金融商品取引所規則等により開示が義務づけられている事項が、子会社を含む事業ドメイン会社等にて発生する際には、内容に応じて、速やかに本社の「経理グループ」または「財務・IRグループ」に報告することとなっており、これらの事項が入手出来る体制を整備しています。

収集・入手した情報については、国内外の関係諸法令および金融商品取引所規則等に従って、開示の必要性の判断を行い、会社の業務執行を実質的に決定する機関による決議・決定が行われた時点、またはその発生を認識した時点での開示に努めています。

加えて、開示の内容、表現等についても当社内関連部署、ならびに外部弁護士等に確認し、正確、公正、かつ充分な内容となるよう努めています。

また、当社はニューヨーク証券取引所上場企業として、米国企業改革法(サーベンス・オクスレー法)に基づき、平成14年度から同法302条に基づくディスクロージャー統制手続きを既に整備しています。有価証券報告書、四半期報告書、米国証券取引委員会に提出する年次報告書(様式20-F)、アニュアルレポート等の作成や確認作業にあたっては、内部統制・ディスクロージャー統制の確立、維持、有効性の保証に対して責任のある社長および経理・財務担当取締役の監督のもと、その記述内容の妥当性およびその開示に関する手続きの適正性を、当社の主な情報取扱部門の責任者で組織された「ディスクロージャー委員会」にて確認しています。同委員会の委員長は、社長および経理・財務担当取締役により任命され、同委員会の構成員である「ディスクロージャー委員」は、委員長より任命されます。そして、同委員会は、開示に関する内部統制手続きの整備、維持、改善ならびに評価も行います。

5. 財務報告に関する内部統制

当社は、子会社を含めたグループ全体の財務報告の信頼性を担保すべく、本社の「監査グループ」の統括のもと、統制環境から実際の業務の統制活動までのあるべき姿を文書化しています。各事業ドメイン会社でチェックシートによる自己点検を行ったうえで、その順守状況（内部統制の有効性）を各事業ドメイン会社などに設置した「ドメイン監査責任者」が監査しています。これらの監査をふまえて、本社の「監査グループ」がグループ全体の監査を統括

することなどにより、内部統制の充実を図っています。なお、平成19年度、本社「監査グループ」21名をはじめグループ全体で約300名が内部統制監査に従事しました。

6. 取締役・監査役の報酬

取締役および監査役の報酬については、株主総会の決議により、取締役全員および監査役全員のそれぞれの報酬総額の最高限度額を決定しています。各取締役の報酬額は、取締役会の授権を受けた代表取締役が当社の定める一定の基準に基づき決定し、各監査役の報酬額は、監査役の協議により決定します。

取締役の報酬については、経営業績に対する貢献度を報酬に連動させるため、取締役会決議に基づき、CCMと成長性の指標である売上高を業績評価の基準として、各人の支給額に反映させています。株主利益に立脚した業績評価基準の徹底を通じ、当社グループ全体の長期継続的な成長性、資本収益性の向上を図っていきます。

平成19年度における当社の取締役および監査役に対する報酬支給総額は各々1,077百万円、91百万円です。社外取締役に対する報酬支給総額は17百万円であり、上記金額に含まれています。

※ CCM(キャピタル・コスト・マネジメント):資本収益性をベースとした当社の経営管理指標

7. 監査報酬の内容

当社および連結子会社があずさ監査法人と締結した公認会計士法(昭和23年法律第103号)第2条第1項に規定する業務に基づく平成19年度の報酬は1,046百万円であり、会社法監査、金融商品取引法監査および米国公開会社会計監視委員会の基準に準拠する監査が含まれています。また、あずさ監査法人に対する平成19年度の非監査業務に係る報酬は72百万円であり、企業結合等に関連するデューディリジェンス業務などについての対価が含まれています。

8. 業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等

当社はあずさ監査法人と監査契約を結び、会計監査を受けています。当社の会計監査業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等は以下のとおりです。

業務を執行した公認会計士の氏名	所属する監査法人名	継続監査年数
指定社員 業務執行社員 勝木 保美	あずさ監査法人	4年
指定社員 業務執行社員 小堀 孝一	あずさ監査法人	6年
指定社員 業務執行社員 竹内 毅	あずさ監査法人	5年

当社の会計監査業務に係る補助者は、公認会計士56名、会計士補等68名、その他26名です。

9. 会社と会社の社外取締役および社外監査役との人的関係、資本的関係または取引関係その他利害関係

当社では、社外取締役2名と社外監査役3名を選任しています。社外取締役宇野郁夫は、日本生命保険相互会社の取締役会長であり、同社は当社の大株主でありますが、当社との間に重要な取引関係はありません。社外取締

役奥正之は、株式会社三井住友銀行頭取兼株式会社三井住友フィナンシャルグループ取締役会長であり、同行は当社の大株主です。また、社外監査役吉野泰生*は、住友生命保険相互会社の顧問であり、同社は当社の大株主でありますが、当社との間に重要な取引関係はありません。

* 氏名の正式表記は右記の通りです。吉野 叅生

10. 社外取締役および社外監査役との間で締結している会社法427条第1項に規定する契約の概要

当社は、社外取締役全員および社外監査役全員との間で、会社法第423条第1項の賠償責任について、その職務を行うにつき善意でありかつ重大な過失がないときは、会社法第425条第１項に定める最低責任限度額を限度とする旨の契約を締結しています。

11. 取締役会にて決議できる株主総会決議事項

当社は、剰余金の配当その他会社法第459条第1項各号に定める事項について、法令に別段の定めがある場合を除き、取締役会の決議によって定めることができる旨を定款に定めています。これは、当社の株主還元方針である連結業績に応じた積極的な配当および自己株式の取得と消却を、より機動的に行うため、取締役会決議に基づき剰余金の配当等を実施できるようにしようとするものであります。

当社は、会社法第426条第1項の規定により、取締役会の決議によって、同法第423条第1項に定める取締役（取締役であった者を含む。）および監査役（監査役であった者を含む。）の責任を法令の限度において免除することができる旨を定款に定めております。これは、取締役および監査役が職務を遂行するにあたり、その役割を十分に発揮することができるようにしようとするものであります。

12. 取締役選任の決議要件

当社は、取締役選任の決議要件について、議決権を行使することができる株主の議決権の3分の1以上を有する株主が出席し、その議決権の過半数をもって行う旨を定款に定めています。

13. 株主総会の特別決議要件

当社は、会社法第309条第2項に定める株主総会の特別決議要件について、議決権を行使することができる株主の議決権の3分の1以上を有する株主が出席し、その議決権の3分の2以上をもって行う旨を定款に定めています。これは、株主総会における特別決議の定足数を緩和することにより、株主総会の特別決議事項の審議をより確実に行うことを目的とするものであります。

当社株式の大規模な買付行為に関する対応方針について

ー ESV（Enhancement of Shareholder Value）プランの概要 ー

当社は、平成17年4月28日に開催された取締役会において、特定株主グループ（注1）の議決権割合（注2）を20%以上とすることを目的とする当社株式の買付行為、または結果として特定株主グループの議決権割合が20%以上となる当社株式の買付行為(いずれについてもあらかじめ当社取締役会が同意したものを除く。以下、このような買付行為を「大規模買付行為」、大規模買付行為を行う者を「大規模買付者」という。)に関する対応方針（ESVプラン）

を決定し、公表しました。その後、毎年4月の取締役会においてその基本的な考え方を維持し、ESVプランを引き続き採用しております。今般、ESVプランをさらに継続することを当社取締役会において決定しましたので、以下のとおりお知らせします。

1. 基本的な考え方

当社取締役会は、大規模買付行為を受け入れるかどうかは、最終的には、当社株主の皆様の判断に委ねられるべきものであり、当社株主の皆様が適切な判断を行うためには、大規模買付行為が行われようとする場合に、当社取締役会を通じ、当社株主の皆様に十分な情報が提供される必要があると考えます。従いまして、当社取締役会としては、株主の皆様の判断のために、大規模買付行為に関する情報が大規模買付者から提供された後、これを評価・検討し、取締役会としての意見を取りまとめて開示します。また、必要に応じて、大規模買付者との交渉や株主の皆様への代替案の提示を行うこともあります。

当社は、連結売上高9兆689億円、連結従業員数305,828人、連結子会社555社を擁する企業グループであり(平成20年3月期の実績)、事業規模の大きさに加え、事業領域も多岐にわたります。従いまして、大規模買付者および当社取締役会の双方から適切な情報が提供されることは、株主の皆様が、当社の経営に影響力を持ち得る大規模買付行為における対価の妥当性等の諸条件を判断するうえで役立つものと考えます。また、大規模買付行為が行われようとする場合には、これまで当社株式を保有してこられた多くの株主の皆様にとっては、このような大規模買付行為が当社グループの経営に与える影響、大規模買付者が考える当社グループの経営方針や事業計画の内容、そして、お客様、従業員等の当社グループを取り巻く多くの関係者に対する影響等も、大規模買付行為を受け入れるかどうかを決定するにあたっての重要な判断材料であると考えます。

当社取締役会は、このような基本的な考え方に立ち、以下のとおり、当社株式の大規模買付行為に関するルール(以下、「大規模買付ルール」という。)を設定し、大規模買付者に対して大規模買付ルールの順守を求めます。大規模買付者が大規模買付ルールを順守しない場合には、当社取締役会として一定の措置を講じる方針です。

なお、当社の大株主の状況は、後述の＜当社の大株主の状況＞のとおりです。また、当社は、現時点において、具体的に大規模買付行為の提案を受けているわけではありません。

2. 大規模買付ルールの設定

当社取締役会としては、大規模買付行為は、以下に定める大規模買付ルールに従って行われることが、当社株主全体の利益に合致すると考えます。この大規模買付ルールとは、(1)事前に大規模買付者から当社取締役会に対して十分な情報が提供され、(2)当社取締役会による一定の評価期間が経過した後に大規模買付行為を開始する、というものです。

具体的には、まず、大規模買付者には、当社取締役会に対して、当社株主の皆様の判断および取締役会としての意見形成のために十分な情報(以下、「大規模買付情報」という。)を提供していただきます。その項目の一部は以下のとおりです。
(1)大規模買付者およびそのグループの概要
(2)大規模買付行為の目的および内容
(3)買付対価の算定根拠および買付資金の裏付け
(4)大規模買付行為完了後に意図する当社経営方針および事業計画

大規模買付情報の具体的内容は、大規模買付行為の内容によって異なることもあり得るため、大規模買付者が大規模買付行為を行おうとする場合には、まず当社宛に、大規模買付ルールに従う旨の意向表明書をご提出いただくこととします。意向表明書には、大規模買付者の名称、住所、設立準拠法、代表者の氏名、国内連絡先および提案する大規模買付行為の概要を明示していただきます。当社は、この意向表明書の受領後5営業日以内に、大規模買付者から当初提供していただくべき大規模買付情報のリストを大規模買付者に交付します。なお、当初提供していただいた情報だけでは大規模買付情報として不足していると考えられる場合、弁護士、財務アドバイザーなどの外部専門家の意見も参考にし、社外取締役や監査役の意見も十分尊重したうえで、十分な大規模買付情報が揃うまで追加的に情報提供をしていただくことがあります。大規模買付行為の提案があった事実および当社取締役会

に提供された大規模買付情報は、当社株主の皆様の判断のために必要であると認められる場合には、適切と判断する時点で、その全部または一部を開示します。

次に、当社取締役会は、大規模買付行為の評価等の難易度に応じ、大規模買付情報の提供が完了した後、60日間(対価を現金(円貨)のみとする公開買付けによる当社全株式の買付の場合)または90日間(その他の大規模買付行為の場合)を取締役会による評価、検討、交渉、意見形成、代替案立案のための期間(以下、「取締役会評価期間」という。)として与えられるべきものと考えます。従いまして、大規模買付行為は、取締役会評価期間の経過後にのみ開始されるものとします。取締役会評価期間中、当社取締役会は外部専門家の助言を受けながら、提供された大規模買付情報を十分に評価・検討し、取締役会としての意見を開示します。

また、必要に応じ、大規模買付者との間で大規模買付行為に関する条件改善について交渉し、当社取締役会として株主の皆様へ代替案を提示することもあります。

3. 大規模買付ルールが順守されなかった場合の対抗措置

ESVプランには、大規模買付ルールを順守しない場合の対抗措置が含まれます。ESVプランにおいては、原則として、大規模買付ルールを順守しないことが対抗措置発動の要件となります。

大規模買付者によって大規模買付ルールが順守されない場合には、当社取締役会は、当社株主全体の利益の保護を目的として、株式の分割、新株予約権の発行(新株予約権無償割当てを含む。以下、同じ。)等、会社法その他の法律および当社定款が取締役会の権限として認める措置をとり、大規模買付行為に対抗することがあります。対抗措置の発動は、弁護士、財務アドバイザーなどの外部専門家の意見も参考にし、社外取締役や監査役の意見も十分尊重したうえで、当社取締役会が決定します。具体的な対抗措置については、その時点で相当と認められるものを選択することとなります。当社取締役会が具体的対抗措置として一定の基準日現在の株主に対し株式の分割を行う場合の分割比率は、株式の分割1回につき当社株式1株を最大5株にする範囲で決定することとします。また、具体的対抗措置として株主割当てにより新株予約権を発行する場合の概要は、後述の＜株主割当てにより新株予約権を発行する場合の概要＞のとおりとします。なお、新株予約権を発行する場合には、大規模買付者を含む特定株主グループに属する者に行使を認めないことを新株予約権の行使条件とするなど、対抗措置としての効果を勘案した行使期間および行使条件を設けることがあります。

大規模買付ルールは、当社の経営に影響力を持ち得る規模の当社株式の買付行為について、当社株主全体の利益を保護するという観点から、株主の皆様に、このような買付行為を受け入れるかどうかの判断のために必要な情報や、現に経営を担っている当社取締役会の評価意見を提供し、さらには、代替案の提示を受ける機会を保証することを目的とするものです。大規模買付ルールが順守されている場合、大規模買付行為が当社に回復しがたい損害をもたらすことが明らかでない限り、当社取締役会の判断のみで大規模買付行為を阻止しようとするものではありません。この点において、取締役会が買収提案の内容の是非を判断して大規模買付行為自体を阻止することを目的とする防衛策とは本質的に異なります。なお、例外的に、大規模買付者が大規模買付ルールを順守した場合であっても、大規模買付行為が当社に回復しがたい損害をもたらすことが明らかであると当社取締役会が判断した結果、大規模買付行為を抑止するための対抗措置をとることを決定した場合には、適時適切な開示を行います。当社取締役会のこのような判断に際しては、弁護士、財務アドバイザーなどの外部専門家の意見も参考にし、社外取締役や監査役の意見も十分尊重するものとします。

上記の対抗措置を発動するに際し、当社取締役会が当社株主全体の利益の観点から株主の皆様の意思を確認させていただくことが適切であると判断した場合には、株主総会を開催することといたします。当社取締役会が株主総会を開催することを決定した場合には、その時点で株主総会を開催する旨および開催理由の開示を行います。

大規模買付ルールの設定およびそのルールが順守されなかった場合の対抗措置は、当社株主全体の正当な利益を保護するための相当かつ適切な対応であると考えます。他方、このような対抗措置により、結果的に、大規模買付ルールを順守しない大規模買付者に経済的損害を含む何らかの不利益を発生させる可能性があります。大規模買付ルールを無視して大規模買付行為を開始することのないように予め注意を喚起いたします。

4. 当社株主の皆様・投資家の皆様に与える影響等

対抗措置の発動によって、当社株主の皆様（大規模買付者を除く。）が経済面や権利面で損失を被るような事態は想定しておりませんが、当社取締役会が具体的対抗措置をとることを決定した場合には、法令および金融商品取引所規則に従って、適時適切な開示を行います。対抗措置を発動した場合に、その発動に伴って当社株主の皆様がとる必要のある手続きとして、株式の分割および新株予約権の発行については、別途取締役会が決定し公告する基準日までに、名義書換を完了していただく必要があります。募集新株予約権を発行する方法による場合には、その取得のために、名義書換に加え、所定の期間内に申込みをしていただく必要もあります。また、新株予約権を行使して株式を取得するためには、所定の期間内に一定の金額の払込みを完了していただく必要があります。なお、取得条項を付した新株予約権について、当社取締役会が新株予約権を取得することを決定した場合には、行使価額相当の金額を払い込んでいただくことなく、当社による新株予約権の取得の対価として、株主の皆様に株式を交付することがあります。これらの手続きの詳細その他当社株主の皆様・投資家の皆様のために必要な手続きにつきましては、実際に株式の分割および新株予約権の発行等の対抗措置をとることとなった際に、法令および金融商品取引所規則に基づき別途お知らせいたします。

なお、社外監査役を含むいずれの監査役も、本対応方針の具体的運用が適正に行われることを条件として、今般の本対応方針の採用継続に賛成する旨の意見を述べております。当社は、全取締役の任期を1年としており、取締役は、毎年6月の定時株主総会で選任される体制にあります。当社取締役会は、引き続き、法令改正の動向などを踏まえ、当社株主全体の利益の観点から、本対応方針を随時見直してまいります。

注1: 特定株主グループとは、当社の株券等(金融商品取引法第27条の23第1項に規定する株券等をいう。)の保有者(金融商品取引法第27条の23第1項に規定する保有者をいい、同条第3項に基づき保有者とみなされる者を含む。)または買付け等 (金融商品取引法第27条の2第1項に規定する買付け等をいい、取引所金融商品市場において行われるものを含む。)を行う者とその共同保有者(金融商品取引法第27条の23第5項に規定する共同保有者をいい、同条第6項に基づき共同保有者とみなされる者を含む。)および特別関係者(金融商品取引法第27条の2第7項に規定する特別関係者をいう。)を意味します。

注2: 議決権割合の計算において分母となる総議決権数は、当社のその時点での発行済全株式から、直近の自己株券買付状況報告書に記載された数の保有自己株式を除いた株式の議決権数とします。

当社の大株主の状況（平成20年3月31日現在）

株主名	所有株式数	発行済株式総数に対する所有株式数の割合
	千株	%
モックスレイ・アンド・カンパニー	185,959	7.58
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	134,450	5.48
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	87,358	3.56
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	68,030	2.77
日本生命保険相互会社	67,000	2.73

株式会社三井住友銀行	57,583	2.35
三井住友海上火災保険株式会社	35,106	1.43
松下電器従業員持株会	33,869	1.38
住友生命保険相互会社	31,382	1.28
ステート　ストリート　バンク アンド　トラスト　カンパニー　505103	25,878	1.05

（注）

1. 株数は、千株未満を切り捨てて表示しております。
2. 当社は、自己株式351,936千株を保有しております。

株主割当てにより新株予約権を発行する場合の概要

1. 新株予約権付与の対象となる株主およびその発行条件

取締役会で定め公告する基準日における最終の株主名簿または実質株主名簿に記載または記録された株主に対し、その所有株式（ただし、当社の有する当社普通株式を除く。）1株につき1個の割合で新株予約権を割り当てる。なお、株主割当てにより募集新株予約権を発行する方法による場合と、新株予約権無償割当ての方法による場合とがある。

2. 新株予約権の目的である株式の種類および数

新株予約権の目的である株式の種類は当社普通株式とし、新株予約権1個当たりの目的である株式の数は1株とする。

3. 発行する新株予約権の総数

新株予約権の発行総数は、50億個を上限として、取締役会が定める数とする。取締役会は、発行する新株予約権の総数がこの上限を超えない範囲で複数回にわたり新株予約権の発行を行うことがある。

4. 募集新株予約権を発行する方法による場合の募集新株予約権の払込金額

金銭の払込みを要しない。

5. 新株予約権の行使に際して出資される財産の価額

各新株予約権の行使に際して出資される財産の価額は1円以上で取締役会が定める額とする。

6. 新株予約権の譲渡制限

譲渡による新株予約権の取得については、取締役会の承認を要することとする。

7. 新株予約権の行使条件

大規模買付者を含む特定株主グループに属する者（当社の株券等を取得または保有することが当社株主全体の利益に反しないと当社取締役会が認めたものを除く。）等に行使を認めないこと等を新株予約権行使の条件として定めることがある。詳細については、取締役会において別途定めるものとする。

8. 新株予約権の行使期間等

新株予約権の行使期間、取得条件その他必要な事項については、取締役会にて別途定めるものとする。なお、上記7. の行使条件のため新株予約権の行使が認められない者以外の者が有する新株予約権を当社が取得し、新株予約権1個につき1株を交付することができる旨の条項を定めることがある。

なお、ESVプランの詳細については、2008年4月28日付プレスリリースをご覧いただけます。
http://panasonic.co.jp/corp/news/official.data/data.dir/jn080428-1/jn080428-1.html

コーポレートガバナンスに関する報告書

国内取引所（東京、大阪）に提出したコーポレート・ガバナンスに関する報告書をご覧いただけます。

コーポレートガバナンスに関する報告書をご覧いただけます。
（PDF:245KB）
（最終更新日：2008年10月6日）
http://www.panasonic.co.jp/ir/reference/pdf/PCG081006.pdf

監査役通報システム

パナソニックグループの会計・監査関連に疑念をお持ちの方は、パナソニック株式会社　監査役会(通報窓口)までお願いします。

通報は下記の要領にてお願いいたします。

- 対象となる通報内容は、パナソニックグループにおける会計・監査関連の疑念です。
- 匿名での通報も受け付けますが、可能な限り実名でお願いします。また通報内容は、出来るだけ具体的かつ詳細な事実に基づく記述をお願いします。（そうでない場合には、調査等に限界の生じる場合があります。）

通報者に関する個人情報は、下記の場合を除き、関係者以外の第三者*に対して開示しません。

- 法令上、開示が必要な場合
- 調査・報告等に必要な場合

※ ここでいう「関係者以外の第三者」とは、当社監査役、当社監査役会事務局である当社監査役室、当社監査役が決定した調査担当部門、及び協力部門等調査対象事案に関与した全ての者以外を指します。

「お名前(本名)」「ご連絡先(E-mailアドレス)」を明示して通報いただいた方には、対応状況についてお知らせするよう努めますが、フィードバック出来ない場合もございます。その際はご了承ください。

当社の許可なく回答内容の一部または全体を転用、二次利用することは著作法上認められておりませんのでご注意下さい。

下記の会計・監査関係通報フォームより通報して下さい。
http://panasonic.co.jp/company/philosophy/governance/privacy.html

（匿名での通報は下記のフォームをご利用ください）
https://sec.panasonic.co.jp/panasonic/sec-cgi-bin/governance/govform.cgi?selectj=kansa2

役員一覧

2009年6月25日現在

取締役

役職	氏名
代表取締役会長	中村 邦夫*1(Kunio Nakamura)
代表取締役副会長	松下 正幸(Masayuki Matsushita)
代表取締役社長	大坪 文雄(Fumio Ohtsubo)
代表取締役副社長	古池 進(Susumu Koike)
	北代 耿士(Koshi Kitadai)
	坂本 俊弘(Toshihiro Sakamoto)
	森 孝博(Takahiro Mori)
代表取締役専務	桂 靖雄(Yasuo Katsura)
	大月 均(Hitoshi Otsuki)
	森田 研(Ken Morita)
常務取締役	野村 淳二(Junji Nomura)
	鹿島 幾三郎(Ikusaburo Kashima)
	高見 和徳(Kazunori Takami)
取締役	宇野 郁夫(Ikuo Uno)
	奥 正之(Masayuki Oku)
	牧野 正志(Masashi Makino)
	上野山 実(Makoto Uenoyama)
	原田 雅俊(Masatoshi Harada)
取締役相談役名誉会長	松下 正治(Masaharu Matsushita)

*1 氏名の正式表記は右記の通りです。中村 邦夫

監査役

常任監査役	濵田 憲一(Kenichi Hamada)
	瀬山 雅博(Masahiro Seyama)
監査役	吉野 泰生*2(Yasuo Yoshino)
	畑 郁夫(Ikuo Hata)
	高橋 弘幸(Hiroyuki Takahashi)

*2 氏名の正式表記は右記の通りです。吉野 泰生

役員

常務役員	山田 喜彦(Yoshihiko Yamada)
	津賀 一宏(Kazuhiro Tsuga)
	鍛治舍 巧(Takumi Kajisha)
	宮本 郁夫(Ikuo Miyamoto)
	宮田 賀生(Yoshiiku Miyata)
	竹花 豊(Yutaka Takehana)
役員	川崎 英夫(Hideo Kawasaki)
	大森 滋(Shigeru Omori)
	藤田 正明(Masaaki Fujita)
	福島 能久(Yoshihisa Fukushima)
	野口 直人(Naoto Noguchi)
	脇 治(Osamu Waki)
	小林 俊明(Toshiaki Kobayashi)
	ジョゼフ テーラー(Joseph Taylor)
	遠山 敬史(Takashi Toyama)

石井 純（Jun Ishii）

城阪 俊郎（Toshiro Kisaka）

冨田 真人（Masato Tomita）

河井 英明（Hideaki Kawai）

上野山 雄（Takeshi Uenoyama）

板﨑 康二（Koji Itazaki）

西口 史郎（Shiro Nishiguchi）

宮部 義幸（Yoshiyuki Miyabe）

ローラン アバディ（Laurent Abadie）

塩川　順久（Yorihisa Shiokawa）

伊藤　好生（Yoshio Ito）

大澤　英俊（Hidetoshi Osawa）

中川　能亨（Yoshiaki Nakagawa）

吉田　守（Mamoru Yoshida）

野村　剛（Tsuyoshi Nomura）

行動基準

「行動基準」は、経営理念実践の指針を、わかりやすく具体的に表現したものです。
当社の行動基準は1992年に最初に制定され、以降2回の改定を経た後、2008年10月1日、社名変更・ブランド統一を機に「パナソニック行動基準」として改定されました。本改定では、Panasonicブランドの目指す姿と企業の社会的責任（CSR）に関する社会の要請に対する当社の基本姿勢につき、全社員でのグローバルな共有が図られています。

社長メッセージ

グローバル・パナソニックの実現に向けて、経営理念を着実に実践しよう

私たちは、創業以来、「企業は社会の公器」であり「事業を通じて社会に貢献する」との考え方を基軸とする経営理念を不変のものとし、あらゆる活動のよりどころとしてきました。わが社の商品・事業の歴史は、常に経営理念を実践してきた数多くの社員の皆さんによって築き上げられてきたと言ってよいと思います。いつの時代も、パナソニックで働く一人ひとりにとって最も大切なことは、経営理念をより深く学び、自ら実践していくことにほかなりません。

近年、企業に対する社会の期待や要請は大きく変化しています。品質・性能の優れた製品をつくる、各国の法令を守るということはいうまでもありません。それにとどまらず、地球環境の保護、製品安全、労働環境・人権保護、リスクマネジメント、企業市民活動など、さまざまな側面で高い倫理感をもって社会的責任を果たすことが、事業を行う前提条件となってきています。

私たちは、経営理念の実践を通じて、このような日々変化する社会の期待や要請に応えていかなければなりません。そのためには、私たち一人ひとりが、社会の要請に対する感性を研ぎ澄まし、「企業の良心」を発揮して、社会の一員として正しいと素直に感じたことを自ら行っていくことが求められます。

わが社は本日をもって社名をパナソニック株式会社とします。ブランドについてもパナソニックへの統一を行います。企業活動の全てを「パナソニック」の名のもとに結集する体制を整え、これまでにもまして全社員が心をひとつに一丸となってグローバル・エクセレンス、真のグローバル・パナソニックの実現に向けて取り組んでいきたいと思います。

この「パナソニック行動基準」は、経営理念実践の具体的な指針として定められたものです。皆さん一人ひとりが日々の活動において、これを「道しるべ」として大いに活用されることを期待します。

2008年10月1日
パナソニック株式会社
社長 大坪文雄

※ パナソニック行動基準の徹底のために、役員および従業員に向けた社長からのメッセージです。

適用 等

適用

この行動基準は、パナソニック株式会社及びパナソニック株式会社の子会社の全ての取締役・役員、従業員に適用します。

制定・発効・変更

この行動基準は、パナソニック株式会社の取締役会が制定し、この行動基準の適用会社各社における取締役会の決議により発効します。

適用会社各社は、パナソニック株式会社本社の事前承認のもと、各国・各地域の法令・規則、慣習、事業形態などに応じて本基準の内容を一部変更することができます。ただし、いかなる場合も本基準に反する内容を定めることはできません。

改定

この行動基準は、社会情勢の変化などにより、必要が生じた場合には制定時と同様の手続きを経て改定します。

順守担当取締役・役員の選任と教育・研修の実施

この行動基準の確実な順守のために、会社は、順守担当取締役・役員を選任するとともに、計画的に教育・研修を実施します。

第1章 私たちの基本理念置

取締役・役員と従業員がこの基準に反した場合には、厳正に措置されます。
取締役・役員については、法令あるいは社内規程により措置されます。従業員については、就業規則により措置されます。

基本は経営理念

私たちは、経営理念に基づき事業を進めてきました。経営理念とは、事業の目的と事業活動の基本的な考え方であり、「綱領」「信条」「私たちの遵奉すべき精神」に力強く簡潔に表現されています。経営理念に基づき仕事を進めることは、時代の推移、事業規模・事業内容の変化にかかわらず不変です。

価値創造による社会貢献

私たちは、社会から「人・物・金・情報」をはじめとする貴重な資源を預かり、新たな価値を付加して商品やサービス

を生み出し、世界の人々に広くご利用いただくことによって事業を営んでいます。

この営みにおいて、まず重要なことは、創造性と勤勉性を発揮し、「新たな価値の創造によって持続可能な社会の発展に貢献する」ということです。これが私たちの事業の意義であり、使命でもあります。

社会との密接なつながり

あわせて重要なことは、事業は社会と密接にかかわっており、社会の発展を担うとともに、同時に社会から育まれている、ということです。お客様はもちろんのこと、株主・お取引先・従業員・地域社会など、数多くのステークホルダーの有形無形のご協力とご支援があってはじめて事業は成り立ちます。また、私たちの事業活動は、経済・社会・環境のさまざまな側面でこれらの方々に影響を及ぼします。

企業は社会の公器

その意味では、私たちの会社は私企業であっても、事業には社会的責任があります。
私たちは、「企業は社会の公器」との理念のもと、その責任を自覚し全うしなければなりません。さらに、さまざまなステークホルダーとの対話を通じて、透明性の高い事業活動を心がけ、そして説明責任を果たします。そのために、私たちは、常に公正かつ正直な行動をスピーディーに行うよう努めます。

地球環境はかけがえのないもの

私たち人類にとって、地球環境はかけがえのないものです。私たちの事業活動は、資源やエネルギーはもちろんのこと、さまざまな点で地球から多大なる恩恵を受けています。
これを念頭に、私たちは、地球環境をより良い状態で次世代に引き継ぐための活動を、自主的かつ積極的に行います。

グローバルな視野と行動

全世界に事業を展開しているグローバル企業として、私たちは、人権を尊重し、各国・各地域において法令を順守するとともに、文化・宗教・価値観などを正しく理解・認識することに努め、それらに対し敬意をもって接し、誠実に行動します。

経営理念の実践

今日、企業の社会的責任や企業倫理が従来にも増して重要になっています。

この行動基準は、経営理念を実践するため、各国・各地域における事業活動のそれぞれの場面において私たちが順守すべき基準ですが、必ずしもすべての行動を網羅するものではありません。この行動基準に定められていないものについては、経営理念に立ち返り、その本質に照らして、行動することが大切です。

綱領

産業人たるの本分に徹し
社会生活の改善と向上を図り
世界文化の進展に寄与せんことを期す

信条

向上発展は各員の和親協力を得るに
非ざれば得難し 各員至誠を旨とし
一致団結社務に服すること

私たちの遵奉すべき精神

一、産業報国の精神
産業報国は当社綱領に示す処にして我等産業人たるものは本精神を第一義とせざるべからず

一、公明正大の精神
公明正大は人間処世の大本（たいほん）にして如何に学識才能を有するも此の精神なきものは以て範とするに足らず

一、和親一致の精神
和親一致は既に当社信条に掲ぐる処個々に如何なる優秀の人材を聚（あつ）むるも此の精神に欠くるあらば所謂（いわゆる）烏合（うごう）の衆にして何等（なんら）の力なし

一、力闘向上の精神
我等使命の達成には徹底的力闘こそ唯一の要諦にして真の平和も向上も此の精神なくては贏（か）ち得られざるべし

一、礼節謙譲の精神
人にして礼節を紊（みだ）り謙譲の心なくんば社会の秩序は整わざるべし正しき礼儀と謙譲の徳の存する処社会を情操的に美化せしめ以て潤いある人生を現出し得るものなり

一、順応同化の精神
進歩発達は自然の摂理に順応同化するにあらざれば得難し社会の大勢に即せず人為に偏（へん）する如きにては決して成功は望み得ざるべし

一、感謝報恩の精神
感謝報恩の念は吾人（ごじん）に無限の悦びと活力を与うるものにして此の念深き処如何なる艱難（かんなん）をも克服するを得真の幸福を招来する根源となるものなり

第2章 事業活動の推進

Ⅰ-1. 研究開発

(1)豊かな未来をめざす研究開発

私たちは、研究開発を通じて、世界の人々の豊かな未来に貢献します。

また、私たちの研究開発成果が、地球環境の保全、世界平和の維持、社会道徳・人道に反して使われないよう努めます。

(2)お客様に満足いただける商品の開発

私たちは、常に、お客様が真に必要としているものは何かを考え、お客様が快適で充実した生活ができるような商品の開発に努めます。

また、私たちは、各国・各地域の法令・規格などを順守するとともに、商品の品質、性能、安全、デザイン・使いやすさ、価格、環境への配慮などにおいて、より良い商品を開発し、お客様に満足いただけるよう努めます。

(3)成果の活用と知的財産権の尊重

私たちは、研究開発成果を知的財産権として確立・蓄積し、積極的にその保護を図るとともに、世界各地において最大限に活用するよう努めます。

私たちは、他者の知的財産権を尊重するとともに、当社知的財産権の侵害の予防と排除に努めます。

(4)開かれた規格・標準化

私たちは、規格の統一や標準化にあたっては、全世界のお客様の最大利益を目的として行動するとともに、関連する情報を公平に開示します。

Ⅰ-2. 調達

(1)公平かつ公正な取引

私たちは、物品・サービスの調達にあたり、グローバルな調達先と公平かつ公正に取引を行います。

(2)調達先の選定

私たちは、物品・サービスの調達に際しては、法令・社会規範の順守、当社の経営理念や行動基準への賛同に加えて、安全、品質、環境、価格、納期などの当社調達基準に沿って、公平な競争機会を提供し、公正に評価、選定を行います。

(3)正しい調達活動の実践

私たちは、法令を順守し、企業倫理に基づいた正しい調達活動を実践します。また、調達先から個人的な利益の供与を受けません。

I-3. 生産

(1)モノづくりによる社会への貢献

私たちは、モノづくりを通じて新たな価値を創造し、豊かさと快適で充実した生活を実現することにより、社会に貢献することが本分であることを常に想起し、地球環境にも配慮した生産活動に取り組みます。

(2)品質を第一に信頼と安心を生み出す

私たちは、法令の順守はもとより、商品の品質を第一に考え、真にお客様に信頼されるとともに、安心してお使いいただけることをめざして、モノづくりプロセスの品質向上に徹底して取り組みます。

(3)お客様満足の実現

私たちは、グローバルな視点で、たゆみない生産性の向上と原価低減に努めます。そして、世界各国のお客様のご要望に応え、商品を適切な時期に、適正な価格でお届けできる、俊敏で柔軟性の高いモノづくりの構築をめざします。

I-4. 営業

(1)新しい市場の創造

私たちは、常に、お客様のニーズや欲求を的確に把握し、開発要望を社内に積極的に提案するとともに、時代を先取りした商品・サービスの普及を促進し、新しい市場を創造していきます。

(2)お客様の信頼と期待に応える

私たちは、お客様と接するにあたって、一人ひとりが会社の代表であるとの自覚のもと、誠実、正確、そして迅速を心がけ、謙虚な姿勢と感謝の念を持って対応します。

また、お客様の信頼と期待に応えるために、商品・サービスを適時的確にお届けし、ご要望やご不満に機敏に対応するとともに、お客様情報の管理の徹底などを図ります。

(3)正しい営業活動の実践

私たちは、いかに競争が厳しくとも、法令を順守し、企業倫理に基づいた公正な営業活動を最優先して実践します。法令や社会倫理に反してまで売上や利益を追求しません。

わいろの提供やカルテル・入札談合、取引先への販売価格の拘束など法令や企業倫理に違反する行為は行いません。

また、私たちが取り扱う商品や技術が世界平和を脅かす目的に流用されないよう、輸出管理に万全を期します。

I-5. 広報・宣伝

（1）社会とのコミュニケーション

私たちは、広報・宣伝などのコーポレートコミュニケーション活動を通じて、当社の経営方針、そして、商品、技術などに関する公正かつ正確な情報を広く社会の人々にお知らせすることにより、ブランド価値の向上に努めます。同時に、常に社会の声に耳を傾け、それらを謙虚に受け止め、適切に事業活動に反映していきます。

（2）公正な内容と表現

私たちは、常に事実に基づく表現を基本として、コーポレートコミュニケーション活動を行います。社会的差別につながるもの、他を中傷したり個人の尊厳を損なうものや政治、宗教に関するものは表現の対象としません。

（3）創造性と先進性

私たちは、コーポレートコミュニケーション活動にあたり、創造性と先進性を追求・発揮し、人々に感動をもって迎えられるように努めます。そして、私たちのブランドに対する共感と信頼の向上をめざします。

II-1. 地球環境との共存

（1）持続可能な社会の実現をめざして

私たちは、事業活動の中に地球環境に関する取り組みを明確に位置づけ、環境保全と経済発展を両立させる持続可能な社会の実現をめざします。

私たちは、業務のあらゆる場面で、地球温暖化防止、化学物質の管理、資源の有効活用・廃棄物削減などの環境負荷低減に関する、一歩先の取り組みを推進します。

あわせて、取り組み状況やその成果を積極的に開示します。

（2）環境に配慮した商品等の開発

私たちは、研究開発、商品企画、設計段階において環境に配慮し、省エネルギー商品など環境への影響を最小化する商品・サービスを開発し、その普及に努めます。

（3）モノづくりにおける取り組み

私たちは、生産活動におけるCO_2排出量を総量で削減することを主軸としながら、商品企画から調達、販売、物流、リサイクルに至る全てのモノづくりのプロセスで生産性向上を図り、環境負荷低減に取り組みます。

（4）環境意識の高揚

私たちは、あらゆる事業分野・部門・階層において環境に配慮した取り組みを推進するために、教育・啓発活動など

を通じて環境意識の高揚に努めます。

あわせて、従業員が個人の生活においても地球環境の保全に配慮することを会社は支援します。

II-2. 商品の安全

(1)安全性の最優先

私たちは、商品の安全性を最優先し、研究開発、生産、販売にあたります。さらに、設置工事、メンテナンス、修理などについても、安全性の確保に努めます。

(2)情報の提供

私たちは、事故を未然に防止し安全に商品を使用いただくため、正しい使用方法などについて、わかりやすい表示や説明などの情報を適切に提供します。

(3)事故発生時の対応

私たちは、商品の安全性に関する情報を入手したときは、直ちに事実確認を行い、原因究明とあわせて適切に対応するとともに事故情報の開示に努めます。安全上の問題がありうることが判明したときは、社内外の関係部門に迅速かつ正確に報告し、安全性の確保と事故の拡大・再発の防止のため、できるかぎりの努力を行います。

製品安全に関する自主行動計画に係る基本方針

※ この基本方針は2007年6月27日開催の松下電器産業株式会社(当時)取締役会において決議した内容です。

パナソニック株式会社およびパナソニックグループは、経営基本方針にのっとり、製造・販売する製品の安全性を確保して、お客様に安全・安心をお届けすることが経営上の重要課題であり、社会的責任であるとの認識のもと、以下のとおり製品安全に関する自主行動計画に係る基本方針を定め、「お客様第一」と「スーパー正直」に徹して、製品安全の確保に積極的に取り組んでまいります。

1.法令の順守

私たちは、消費生活用製品安全法その他の製品安全に関する国内外の諸法令・安全規格および各国政府のガイドラインに定められた義務ならびにこの基本方針を順守します。

2.製品安全確保の企業文化の確立

私たちは、この基本方針に基づき、製品安全に関する自主行動計画を策定・実行するとともに、品質保証体制・自主行動計画について、継続的な改善を行うことにより、「お客様第一」、「製品安全の確保」の企業文化を確立・維持します。

3.本質的な安全設計の実現

私たちは、あらゆる側面から製品のリスクを見つけ出すために、科学的手法を用いてリスクを徹底分析してリスクの低減に努めるとともに、部品・材料のライフエンド研究などを通して本質的な安全設計の実現に努めます。

4.誤使用等による事故防止

私たちは、お客様に製品を安全にご使用いただくため、取扱説明書、製品本体等に誤使用や不注意による事故防止に役立つ注意喚起や警告表示を適切に実施します。

5.製品安全確保のための品質保証体制

私たちは、研究開発、企画、設計、生産、販売、設置工事、メンテナンス、修理、廃棄など製品のすべてのライフサイクルにおいて、独自の安全規格を整備するとともに、常に適切な品質管理を行い、製品安全の確保に努めます。

6.製品事故情報の収集と開示

私たちは、当社製品に係る事故について、その情報をお客様等から積極的に収集するとともに、お客様等に対して適切な情報提供を行います。

7.製品事故発生時の対応

私たちは、当社製品において事故が発生したときには、直ちに事実確認と原因究明を行い、安全上の問題があることが判明したときは、適切な情報提供方法を用いて、迅速にお客様等に告知するとともに、製品回収その他の危害の発生・拡大の防止等の必要な措置を講じます。

II-3. 法令と企業倫理の順守

(1)法令と企業倫理の順守は経営の根幹

私たちは、常に法令はもちろん、企業倫理を順守して、誠実に業務を遂行します。業務のあらゆる場面で、法令と企業倫理を順守することは、会社存立の大前提であるとともに、経営の根幹です。

(2)公正な行動

私たちは、公正かつ自由な競争を尊重し、独占禁止法その他関係法令を順守します。

また、接待や贈答その他形態の如何を問わず、法令または社会倫理に反して、利益の提供を行わないとともに、個人的な利益供与を受けません。

反社会的勢力、団体に対しても、毅然とした態度で対応します。

(3)関係法令の社内徹底

私たちは、法令やその精神の順守をより確実なものにするため、社内規程の整備に努めるほか、事業活動にかかわる法令に関する情報を積極的に収集し、教育研修など、あらゆる機会を活用して、社内への徹底を図ります。

(4)法令違反の早期是正と厳正な対処

私たちは、業務に関して法令や企業倫理に違反する疑いがある場合には、上司あるいは法務部門など適切な関係部門や社内通報窓口に報告します。不正な目的でなく、法令違反またはそのおそれがあることを報告した者が、これを理由に解雇、降格等の不利益な取り扱いを受けることは、一切ありません。このような報告を取り扱うにあたっては情報管理を徹底します。

また、法令違反の行為が生じた場合には、速やかにその違反状態を是正し、再発防止を図るとともに、違反行為に対して厳正に対処します。

II-4. 情報の活用と管理

(1)情報の活用

私たちは、ITを駆使し、情報の積極的な活用を図ります。

これにあたって、私たちは、経営戦略情報、技術情報および個人情報などの有用な情報の適正な収集とともに、入手した情報の正確な記録、適正な管理・利用、そして、不要となった情報の確実な廃棄を行います。

(2)情報セキュリティの徹底

私たちは、情報の盗用・改ざんに十分に注意を払うとともに、情報漏えいの防止など情報セキュリティを徹底します。

(3)他社情報などの取り扱い

私たちは、他社情報などについて、必要性を十分吟味のうえ受け取り、機密の保持と情報漏えいの防止に万全を期します。

(4)個人情報の取り扱い

私たちは、個人情報の重要性を認識し、その収集、記録、管理、利用、廃棄において、所定の規則に従い適切に取り扱います。また、個人情報の紛失、改ざん、漏えいなどの防止に努めます。

II-5. ディスクロージャー(情報開示)

(1)基本的な考え方

私たちは、お客様や株主の方々はもとより、さまざまなステークホルダーに対して、当社の公正かつ正確な財務情報や、経営方針、事業活動、CSR活動などの企業情報を、適時適切にわかりやすく提供するよう努めます。あわせて、社会からの当社に対する評価やご要望を謙虚に受け止め、これを事業活動に役立てるよう努め、透明性の高い企業であり続けます。

(2)法令・規則の順守

当社は、グローバルに事業を展開しており、幾つかの国や地域の証券市場に上場しています。私たちは、これらの国の証券関連法令・規則を順守します。

また、インサイダー取引は断じて行いません。

(3)開示すべき情報とその方法

私たちは、法令・規則などにより開示が要請される情報やその他開示すべきと判断する情報について、適切な内部統制手続きに基づき、正確、公正、そして、十分な内容であるよう努めます。

また、開示時期についても、各国の関連法令・規則に従うことはもとより、タイムリー、かつ、公正公平に開示します。

II-6. 企業市民活動

(1)企業市民活動

私たちは、健全で心豊かな社会づくりをめざし、社会と対話しつつ、企業の立場から積極的に企業市民としての活動を行います。特に、地球環境との共存、人材育成・教育、芸術・文化振興、社会福祉の活動を行い、NPO／NGO・市民とともにより良い社会づくりなどの支援活動も行います。

(2)地域社会との共生

私たちは、自らが地域社会の一員であることを認識し、地域社会との連携を図りつつ、ともに発展していくよう努めます。

特に、地域社会の活動への参加・協力を積極的に行い、環境への対応や芸術・文化・スポーツの振興など、地域に根ざした活動を実施するとともに、社内施設の提供や社内イベントの開放などにできる限り努め、地域社会のニーズに適切に対応します。

また、自然災害など大規模災害発生時には、関係先と協力しつつ、可及的速やかな支援活動を行います。

(3)寄付、賛助活動、公益事業の運営支援

会社は、社会的課題の解決と社会的ニーズへの対応のため、社会貢献として意義のある適正な寄付、賛助活動などを行うほか、自ら設立した財団や基金などの公益事業の運営を支援します。

III. ブランド

(1)ブランドに対する考え方

私たちは、経営理念から導かれたブランドスローガン「Panasonic ideas for life」の実践を通じ、私たち全員の全ての活動の成果を一つに結集し、絶えず新しいアイディアを創造し続けます。

(2)Panasonicブランドの目指す姿

私たちは、くらしを輝かせるアイディアを創り、世界中の人々に明日のライフスタイルを提案し、地球の未来と社会の発展に貢献しつづけるという思いを「Panasonic ideas for life」に込め、それぞれの業務において実践していきます。

そして、「先進」「洗練」「信頼」を常に心掛け、地球環境を大前提に考えてあらゆる事業活動を推進します。

先進

私たちは、時代の動きを敏感にとらえ、常に一歩先ゆくアイディアで、お客様の期待を超える新しい価値を創造しつづけます。

洗練

私たちは、お客様一人ひとりが真に求める憧れのライフスタイルを、広い視野で洞察し、研ぎ澄まされた商品で具現化していきます。

信頼

私たちは、真摯にお客様と向き合い、誰もが心から満足し、安心して長くつきあえる品質を提供しつづけます。

eco（地球発想）

私たちは、地球環境を大前提に考える企業活動を通して、真に豊かな未来を実現していきます。

(3)ブランド価値の維持と向上

これまで長い年月をかけて築きあげてきたブランド価値を維持し、さらに向上させていくために、私たちは、ブランドを輝かせる商品・サービスの開発と提供を常に心がけます。

そして、真にお客様のお役に立つ商品やサービスにのみブランドをつけるという信念を持ち続けます。また、絶えざる経営品質の向上を通じてブランド価値の向上に努めます。

第3章 会社と従業員とのかかわり

会社は人間の尊厳を尊重し、従業員が個性と意欲を発揮しグローバルに活躍する場を提供します。一方、従業員はそれぞれの持つ能力や専門性を存分に発揮し自己実現をめざします。このような従業員と会社の自立した関係を通じて、私たちは経営理念を実践します。

（1）人材の育成

1. 私たちは、「経営の根幹は人なり」の考え方を堅持し、人事制度や教育・研修などを通じて、専門性、創造性、そして挑戦意欲にあふれる人材の育成と自らの能力向上に努めます。
2. 私たちは、一人ひとりの人格・個性を尊重するとともに、お互いに多様性を認めあい、それを育む制度の維持改善に努めます。
3. 私たちは、良識と豊かな人間性を備えた良き社会人、良き企業人として行動するよう努めます。
4. 私たちは、「人を預かる者の最も大切な責務は、部下の育成」と認識し、業務を通じて人材育成に努めます。

（2）人権の尊重

1. 会社は、基本的人権を尊重するとともに、差別的取り扱いを行わず、雇用における機会均等に努めます。私たちは、性別、年令、国籍、人種、民族、信条、宗教、社会的身分、障害等に関する差別的言動を行いません。
2. 会社は、強制・意思に反しての就労や児童の就労をさせません。従業員の雇用については、事業活動を行う各国・各地域の法令に常に準拠します。
3. 私たちは、個人の多様な価値観を認め、一人ひとりのプライバシーを尊重します。互いに中傷や誇張した言動、また、セクシュアルハラスメント・暴力等の人格を無視する行為を行うことなく、公正で明るい職場づくりに努めます。
4. 会社は、従業員の健康に配慮した安全で快適な職場環境の確保に努めます。
5. 会社は、各国の法令や労働慣行を踏まえ、常に従業員との積極的かつ誠実な対話を通じて、健全な関係の構築と課題解決に努めます。

(3)会社資産の保全

私たちは、ネットワークを含む社内の情報システムや、その他有形・無形の会社資産を不正に使用しません。

また、退職する際は、会社資産、業務上のすべての機密情報および資料等を返却します。在職中に知り得た営業機密その他企業情報を、会社の許可なしに、開示または漏えいしません。

(4)利益相反行為の禁止

私たちは、私たち個人の利益と会社の利益が対立する、あるいは、対立するおそれのある行為はしません。もしこのような状況が生じる可能性がある場合、あるいは、生じた場合は、上司あるいは関係部門などに報告します。

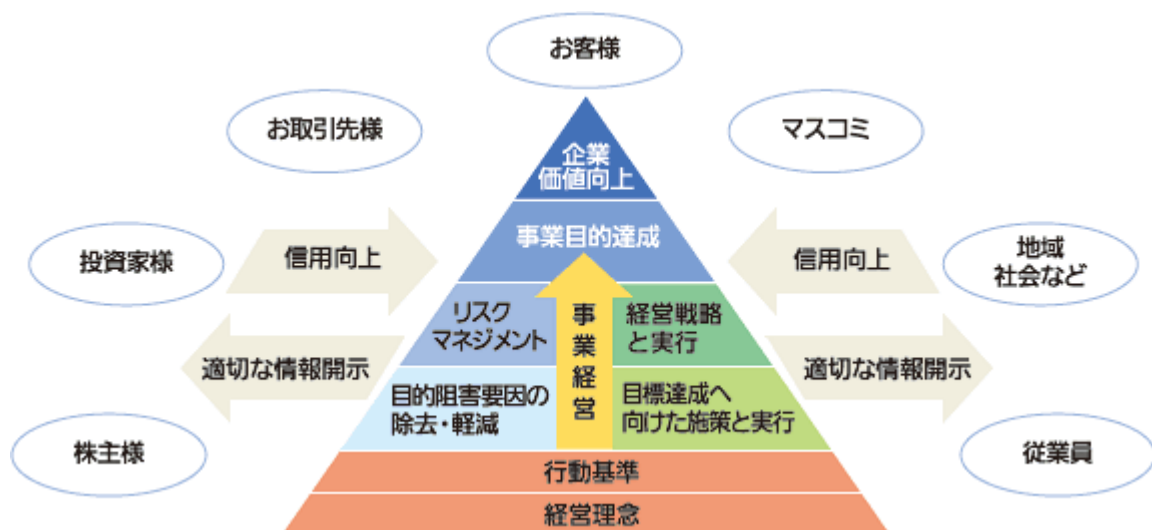
リスクマネジメント

G&Gリスクマネジメント活動

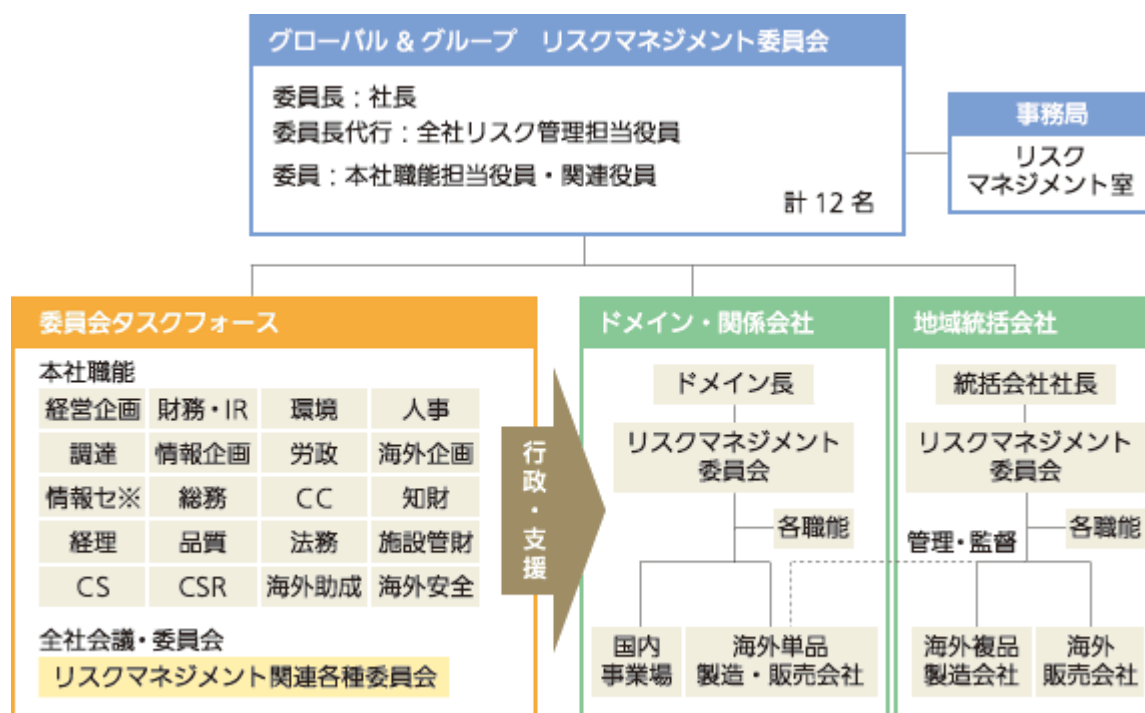
基本的な考え方

当社では、創業者 松下幸之助の「先憂後楽の発想」「失敗の原因は我にあり」「すべての事には萌しがある」「小さい事が大事に至る。萌しを敏感にとらえて憂慮しなければならない」などの考え方を基軸とし、“失敗の原因”すなわち事業目的の達成を阻害する要因を事前になくしていく活動として、全社的リスクマネジメント活動をグローバルに展開しています。

また、当社ではこのような失敗の原因をなくしていくリスクマネジメント活動は、いわば成功の原因をつくっていくための経営戦略の策定・実行とともに事業経営を推進するための「車の両輪」であり、これら両者が機能することで事業目的の達成をより確実にし、企業価値の向上につながるものと考えています。また、リスク情報を適切に社会に開示し、事業経営の透明度を高めることによって、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様や地域・社会にご安心いただくことができるものと考えています。

《事業経営におけるリスクマネジメントの役割》

推進体制

社長を委員長とし本社の職能部門を担当する取締役・役員で構成される「グローバル&グループ　リスクマネジメント委員会」（以下「G&Gリスクマネジメント委員会」）を設置しています。また、本社職能がリスクマネジメント関連の各種委員会などをとおして連携し、リスクへの対応のため全社行政の推進や事業ドメイン会社・関係会社、地域統括会社への支援を行っています。また、事業ドメイン会社・関係会社、地域統括会社にも同様のリスクマネジメント委員会を設置し、グローバルかつグループ横断的に対応できる体制を構築しています。

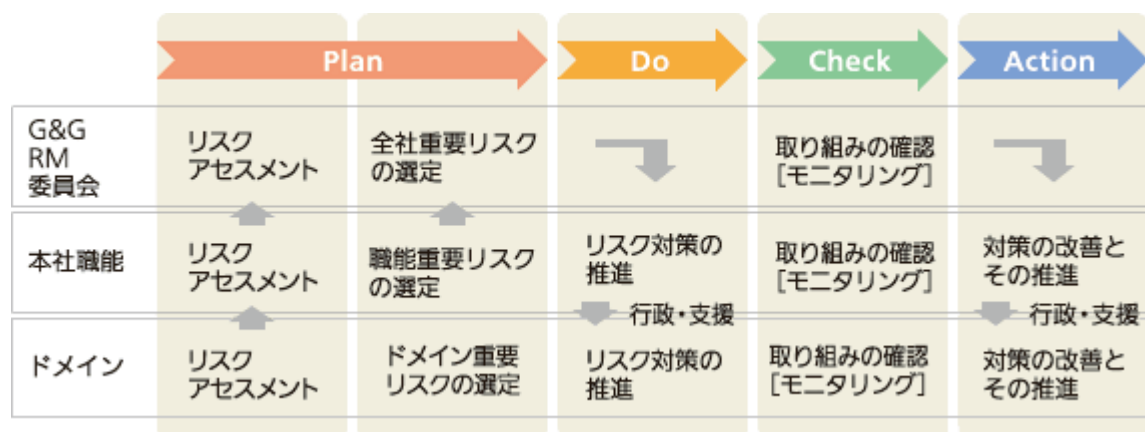
《パナソニックグループ グローバル&グループ リスクマネジメント推進体制》

※ 情報セキュリティ

基本的枠組み

当社では、G&Gリスクマネジメント委員会および全事業ドメイン会社・関係会社等、関係職能の3つのレベルでリスクマネジメントのマネジメントサイクルを推進しています。まずリスクアセスメントにつきましては、年1回事業計画策定と連動してグローバル共通の評価基準（経営への影響度と発生可能性他）に基づき、G&Gリスクマネジメント委員会、全事業ドメイン会社・関係会社等および関係職能の3つのレベルで一元的・網羅的なリスクアセスメントを実施しています。そしてG&Gリスクマネジメント委員会では、パナソニックグループとして特に重要なリスクとする全社重要リスクを決定します。また、全事業ドメイン会社・関係会社等および関係職能にてもそれぞれドメイン重要リスク、職能重要リスクを決定します。

これら3種類のリスクについては、それぞれが必要に応じ連携して優先的かつ迅速・的確に対応を図るとともに、対策進捗のモニタリングおよび対策の継続的改善を推進しています。

《リスクマネジメントの基本的枠組み》

	Plan		Do	Check	Action
G&G RM 委員会	リスクアセスメント	全社重要リスクの選定		取り組みの確認[モニタリング]	
本社職能	リスクアセスメント	職能重要リスクの選定	リスク対策の推進 行政・支援	取り組みの確認[モニタリング]	対策の改善とその推進 行政・支援
ドメイン	リスクアセスメント	ドメイン重要リスクの選定	リスク対策の推進	取り組みの確認[モニタリング]	対策の改善とその推進

2009年度全社重要リスク

2009年度の全社重要リスクとしては、大規模自然災害、新型インフルエンザなどの感染症感染、火災など大規模事故、技術情報漏洩、品質問題（不安全事故）、主要データセンターシステム停止、独禁法違反、輸出管理法違反、個人情報漏洩、移転価格税制の強化、リスク発現時の対応不全の11のリスクを決定しました。
そのうち、大規模自然災害、新型インフルエンザなどの感染症感染、火災など大規模事故、技術情報漏洩の4つのリスクについては重点モニタリング対象リスクとして定め、リスク対策の進捗などをG&Gリスクマネジメント委員会で重点的にモニタリングを行い、全社的なリスク対策の強化と加速を図っています。また近年、企業の社会的責任や企業倫理、コンプライアンスの観点から、発現したリスクへの迅速かつ誠実な対応がより求められています。そしてその対応いかんによっては、ブランドイメージの毀損や信用失墜などの新たなリスクを生じ、経営に重大な影響を与えるものであることを十分認識し、これに適切な対応するため「リスク発現時の対応不全」を特に全社重要リスクと定め全社的にその対策の強化を図っています。

《2009年度　全社重要リスク》

BCPの取り組み

大規模自然災害と新型インフルエンザなどの感染症感染リスクの対策として、事業継続計画（BCP）に取り組んでいます。大規模自然災害リスク対策では、特に大規模地震リスクを想定して、事業ドメイン会社において優先的にBCP策定に取り組んでいます。
全社方針としては、2009年度までにすべての事業ドメイン会社において少なくとも1拠点でBCPを策定完了するとともに、事業ドメイン会社内の他拠点への横展開を推進していく事としており、現在、方針完遂に向けて鋭意取り組んでいます。なお、このような当社のBCP策定の取り組みに対して、事業継続推進機構（BCAO）より2008年度BCAOアワード優秀実践賞を受賞しました。

BCP策定の取り組みに対して、事業継続推進機構より、BCAOアワード優秀実践賞を受賞

また、感染症感染リスクについては、世界的に大流行すると危惧される新型インフルエンザのBCP策定にも着手しています。当社としては社員・家族の生命の安全はもとより、厚生労働省が要請する「感染拡大の防止」「不要不急の業務の縮小・休止」を重視した事業継続のあり方や地域社会貢献といった視点を取り入れたBCP策定に取り組んでいます。
事業継続計画を策定することでステークホルダーからの信頼・信用を高め、またブランドイメージの向上や競争力向上に努めると同時に、当社の事業継続能力を高めて企業の社会的責任を果していきます。

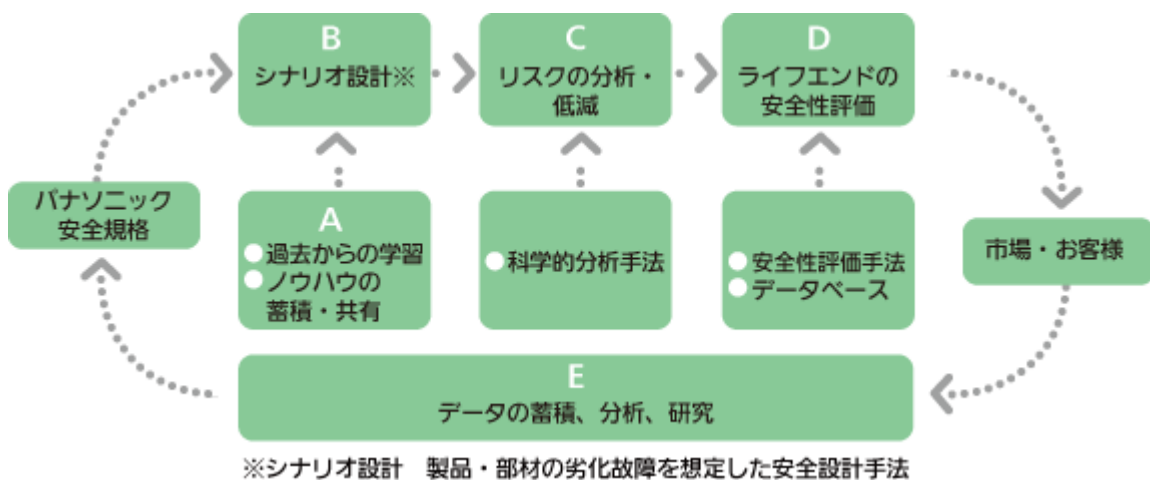
世界中の人々に安心・安全を（お客様とともに）

安心・安全を追求したモノづくり

製品安全を考え抜いた設計・モノづくりの強化

安全なもの以外はつくらない。ライフエンドまで徹底して安全を確保。

FF式石油暖房機事故をはじめとする製品安全問題への反省により、製品安全に対する取り組み方を大きく転換しました。安全についてあらためて学び直す「学習会」をスタートさせ、安全規格を改定・強化するとともに、安全を具現化する商品の実現に全力で取り組んでいます。

※シナリオ設計　製品・部材の劣化故障を想定した安全設計手法

A. 製品安全を学び直す

安全最優先の意識を徹底させ、安全に対する意識をあらためて確認し、学び直す学習会を実施しています。

「経営責任者品質マネジメント学習会」では、モノづくり事業場長が、製品安全第一の品質経営について学んでいます。「モノづくり幹部三位一体品質学習会」では、技術、製造、品質の職能責任者が一体となって、製品安全確保のための品質管理マネジメントを学んでいます。また、「製品安全設計研修」では、モノづくりリーダーおよび設計実務担当者が、具体的な社内外の失敗事例、製品安全を確保するための全社規格、製品安全事故の発生を予防するための科学的手法について学んでいます。

B. ライフエンドを想定したシナリオ設計

ライフエンドとは、製品が充分に機能を果たし、役目を終えるときのことです。これまでの製品設計ではいかに壊れない製品をつくるかが重要なテーマでした。しかし、モノには必ず終わりがあるという視点に立ち、壊れるとき、あるいはリサイクルや廃棄される段階においても安全を確保できるよう、設計段階から検証を重ねています。

C. リスクを徹底して分析し、低減

「製品のどこにどのようなリスクがあるのか」。あらゆる側面からリスクを見つけ出すための科学的な手法を用いて分析を行っています。見つけ出したリスクに対しては徹底した改善を行い、リスクをなくしていきます。

D. あえて壊す。ライフエンドの安全性を評価

ライフエンドを想定して設計し、リスク分析を経た製品は、最終段階として、どういう壊れ方をするのか、あえて壊してみる実験を行います。この過程で安全を確保できないものは、商品として市場に出さない、安全なもの以外はつくらない、という姿勢を貫いていきます。

E. データを蓄積、規格に反映

材料の耐久度を把握するため、加速劣化試験など科学的な評価手法を開発してデータを蓄積し、材料メーカーとも力を合わせデータベース化を進めています。また市場情報をサービス担当部署と共有し、パナソニック安全規格(PCSS)に随時反映させ、総合的な安全規格の構築に取り組んでいます。とくに長期使用や不燃化対策、落下防止といった重要安全事項などは、安全規格を一層強化しました。

長期使用製品安全点検制度への対応

2007年11月21日に改正公布された消費生活用製品安全法が、2009年4月1日から施行されました。この法律では、長期使用製品安全点検制度が創設され、製品の経年劣化事故を未然に防止するため、特定の製品（特定保守製品）についてお客様に点検などの保守を適切に支援することとなりました。
電気製品では、ビルトイン式電気食器洗機と浴室用電気乾燥機の2品目が対象です。この制度では、対象品を購入されたお客様が所有者票を特定製造事業者などに返送し、同事業者がこれを適切に保管、その後、点検時期をお客様にお知らせし、要請に応じて点検（有償）を実施します。
特定保守製品では、製品本体やリモコンなどのラベルに特定保守製品である旨を表示することとされており、点検期間も表示しています。
当社の浴室用電気乾燥機には、さらに、点検時期の到来をリモコンに表示（点検＝チェックを意味する「C」を点滅）する機能を搭載して、お客様の点検もれがないようお知らせするようにしています。
なお、ビルトイン式電気食器洗機の点検時期表示は、次期新製品より対応する予定です。

当社の浴室用電気乾燥機外観

点検時期の到来をリモコン表示でお客様にお知らせ

人にやさしいモノづくり

パナソニックのユニバーサルデザイン

「人にやさしいモノづくり」こそ、当社のDNA。当社はその誇りをもって“モノづくり”に取り組んできました。

1942年、創業者 松下幸之助は語りました。「製品には親切味、情味、奥ゆかしさ、ゆとりの多分に含まれるものを製出し、需要者に喜ばれることを根本的の信念とすること」と。
当社は創業以来、現在にいたるまで「人にやさしいモノづくり」に、時代に適応しながら積極的に取り組んできました。古くは、使いごこちにこだわって専用の木工機械を開発し、丸みのある形を実現した「丸山型こたつ」。最近では、テレビを中心としたAV機器のかんたん接続とひとつのリモコンで接続機器操作を可能とした「ビエラリンク」、楽な姿勢で出し入れができるななめドラム洗濯乾燥機、視覚障がい者の方々のご要望を反映した着信読み上げ機能を搭載したパーソナルFAX「おたっくす」など、当社のすべての製品は、人にやさしいモノとしてつくられています。

「人にやさしいモノづくり」の思想は2003年に「ユニバーサルデザイン基本規定」としてまとめられ、グループ全体で共有しているモノづくりの基本の考えとなっています。

基本的な考え方

「ユニバーサルデザイン方針」に基づいて、「理解しやすい操作への心配り」など具体的な6つの要素を定めています。当社が成長のエンジンと位置づける「V商品」では、ユニバーサルデザインの考え方を取り入れることが必須条件になっており、この考え方はすべての商品に広がっています。
この商品づくりのためには、人間の特性や行動を知る「人間研究」や生活上での不満やニーズを知る「生活研究」が極めて重要です。どのようにすれば、使用時の負荷（ストレス）を低減し、自分にフィットしていると感じていただけるか。ユニバーサルデザインの究極は、お客様一人ひとりがそれぞれ使用する環境において、便利で簡単に心地よくご利用いただける商品づくりにあると考えます。

この実現に向けた「人間生活研究」の成果は全社共通のユニバーサルデザイン規程や設計基準にまとめられ、商品企画・デザイン・設計などのプロセスで活用され、またユニバーサルデザイン機能を実現する技術開発に活かされています。

方針と基本6原則

ユニバーサルデザイン方針

より多くの人々への心配りを、商品・サービスを通じて提供し、ともに生き生きと快適に豊かにくらせる生活の実現をめざします。

ユニバーサルデザイン基本6原則

1. 理解しやすい操作への心配り
2. わかりやすい表示と表現への心配り
3. 楽な姿勢と動作への心配り
4. 移動と空間への心配り
5. 安心・安全への心配り
6. 使用環境への心配り

推進体制

パナソニックではユニバーサルデザイン方針のもとに6つの基本要素を設定し、商品・取扱説明書・包装・カタログのユニバーサルデザイン実現をめざしています。企画・開発段階からお客様の視点に立ち、「操作性」「効率性」「快適性」「便利さ」を含めた総合的な満足度（ユーザビリティ）の向上に取り組んでいます。2005年度より松下電工（現パナソニック電工）との協働、2007年度からはパナホームとの協働も開始し、パナソニックグループ全体で推進しています。

《ユニバーサルデザイン推進体制》

お客様の声（VOC）を活用

パナソニックでは、お客様からいただいた貴重なご意見、ご要望を大切に受け止め、ユニバーサルデザインの視点に立った商品の開発や改善に活かしています。

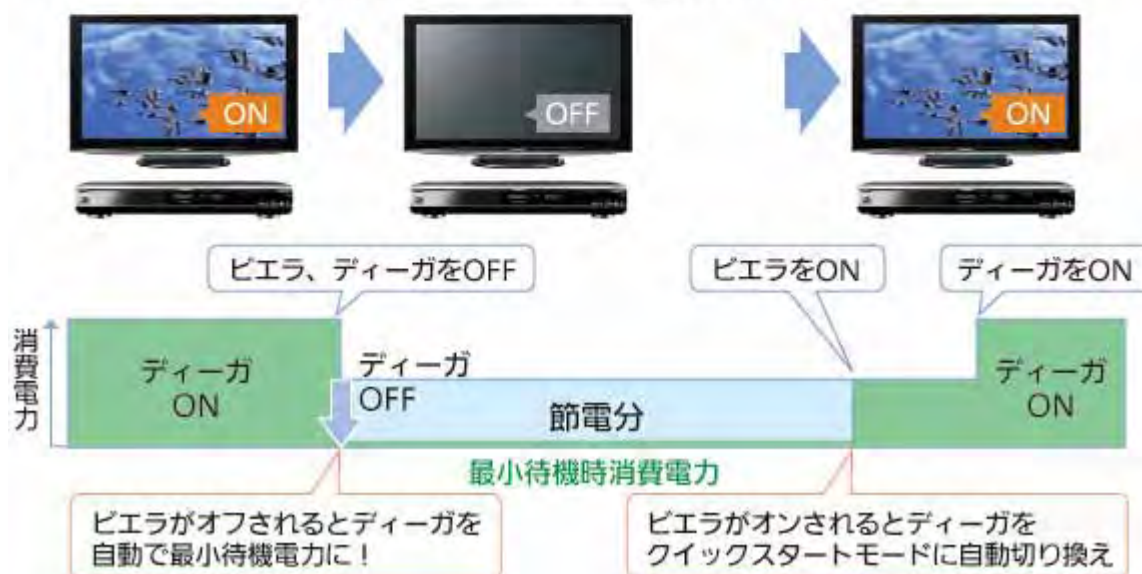
「ビエラリンクに導入したエコ機能」（AVCネットワークス社）

当社のテレビ（以下、ビエラ）は当社ブルーレイディスクレコーダー・DVDレコーダー（以下、ディーガ）やAVアンプなどの機器とつないで、便利に、楽しく、生活をより豊かに変える「ビエラリンク」機能を搭載しています。
このビエラリンクをご使用のお客様から「ビエラリンクは便利な機能がいっぱいあるけど、たくさんの機器がつながっているので電気代が心配」「ディーガやアンプの電源をいちいち“一斉電源オフ”で切るのが面倒」など、便利な機能は必要でも、消費電力のことを心配する声が寄せられていました。
私たちはお客様の声を活かし、見えないところのご心配も安心に変えるような商品づくりに心がけています。
そこで、2009年モデルから導入したのが、「こまめにオフ」と「ECOスタンバイ」です。
「こまめにオフ」は、使っていない部屋の電気を切って回るように、ビエラの状態に合わせて、使用していない機器の電源をこまめに切る機能です。
また、「ECOスタンバイ」は、ビエラの電源が切れているときにディーガの待機電力を最小に切り替える機能です。
一見目立たないこれらの機能により、「ビエラにリンク」を楽しみながら省電力することを実現しました。

こまめにオフ

ビエラの状態に合わせて使用していない機器の電源をオフにします。

ECOスタンバイ

リモコンでビエラの電源を切るとディーガの待機消費電力は最小になります。

「エコキュートにおける使いやすさ向上」(ホームアプライアンス社)

エコキュート

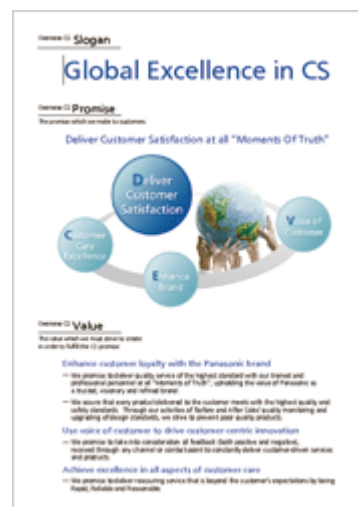
エコキュートは大気の熱を自然冷媒(CO_2)に集め、その熱で沸かしたお湯を貯めて使う環境にやさしい給湯機です。
私たちは快適なお湯ライフに向け、お客様の声を活かし、使いやすさの向上に取り組んでいます。
たとえば、2009年度発売商品(7月発売予定)では、お客様の「実際に後どれだけお湯が使えるのか知りたい」という声に応え、従来、タンク内の残湯量を図で表示していたものを、よく使う温度で実際に使える湯量を数値で表示するようにしました。
また、沸き増しの際には、従来、スイッチを押すとタンク全体がお湯になるまで沸かす設定でしたが、「来客時など急いで使いたい時に、必要な湯量だけを沸かす設定がほしい」という声に応え、沸かしたい湯量を段階的に設定できるように改善しました。

グローバルにお客様のくらしを守る

グローバルなお客様サポートの強化に向け、海外CS方針を策定

お客様に喜ばれる真のサービスを提供することは、パナソニックのお客様対応の基本理念です。今、世界中でパナソニック製品をご愛用されるお客様が増える中、世界のどこでも、常に安心と良質なサービスをお客様の視点でご提供することは、私たちの大切な使命です。そこで私たちは海外CS方針を策定し、海外におけるCS活動の充実・強化を図る取り組みを推進しています。この方針に従い、今後はグローバルエクセレンスをめざし、各国の販売会社を中心に地域に根ざしたCS活動を展開していきます。

海外CS方針

スローガン	Global Excellence in CS
プロミス	すべてのお客様との接点でご満足をお届けします。
バリュー	• 信頼されるサービスで、お客様にとってのパナソニックブランドの価値を高めていきます。 • お客様の声を活かして改善を進め、よりよい商品とサービスを提供します。 • あらゆるお客様のサービス対応シーンにおいてエクセレンスを追求します。

海外サービスネットワーク

安心安全を支えるグローバルサービスネットワーク

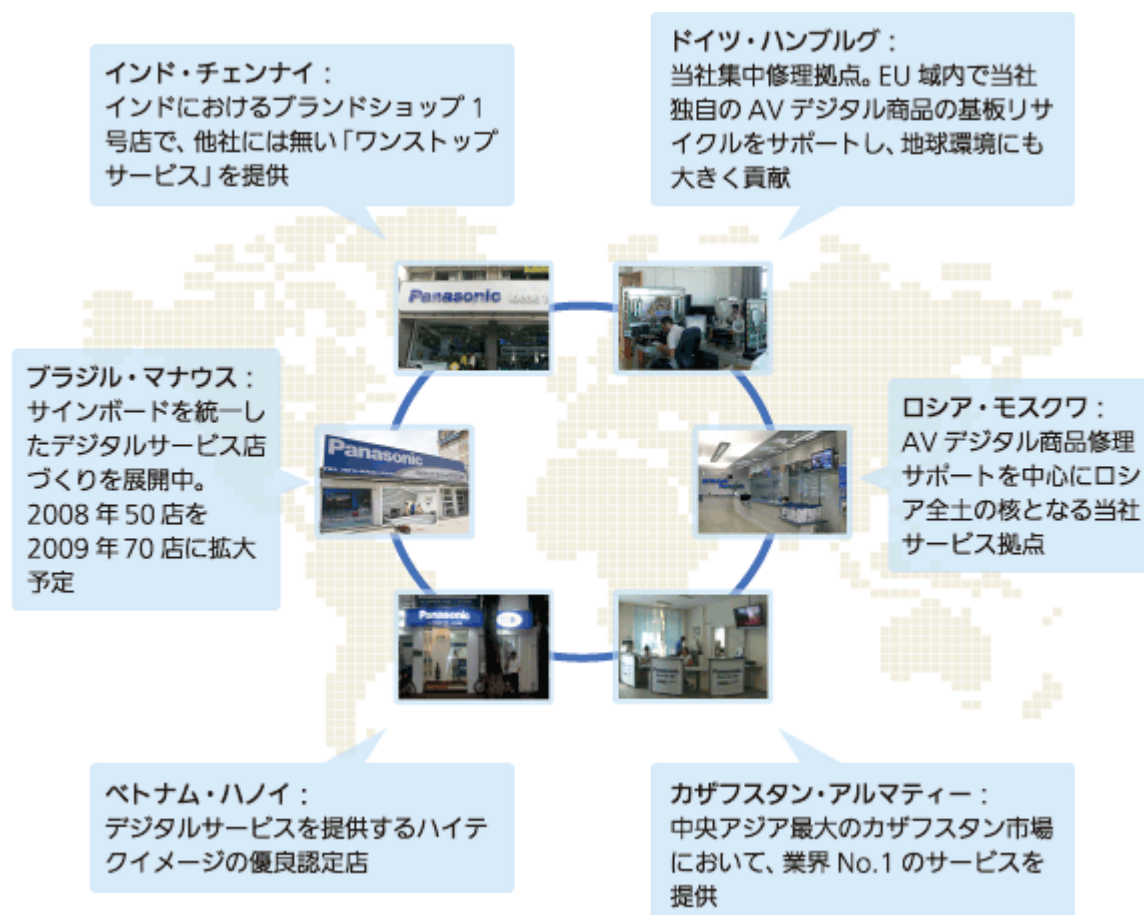
パナソニックでは、世界のどこでもお客様にご満足いただけるサービスをめざし、グローバルなサービスネットワークの構築に注力しています。2008年度はとくに経済発展のめざましいインドとベトナムで、パナソニックらしいユニークな展開を行ってきました。たとえばインドでは高機能化したAV製品の人気が高く、製品の使い方やAV製品同士のネットワーク化に関する質問が数多く寄せられています。そこでインド国内に53店舗展開するブランドショップ（当社専売店）にサービス要員を常駐させ、個々のお客様への適切なアドバイスや修理にお応えする「ワンストップサービス」という他社にはないサービスを展開しています。またベトナムではパナソニックが認定したサービス店の中からAV製品などのデジタル商品のサービス対応が可能である『優良認定店』網を増強し、技術の指導を行うとともに、新聞広告や店頭宣伝等による点検・修理キャンペーンを実施するなど、顧客サービスへのアクセスの向上を図りました。今後も拡大していく新興国を含めた海外市場で、当社はサービス体制の構築を強力に推進し、さらなるお客様のご満足と信頼を追求していきます。

《修理認定店数の推移》

	2007年度	2008年度	2009年度（目標）
ベトナム	優良認定店 7店 （認定店 合計 108店）	優良認定店 20店 （認定店 合計 105店）	優良認定店 25店 （認定店 合計 110店）
インド	認定店 71店	認定店 112店	認定店 130店

《ブランドショップ店数の推移》

	2007年度	2008年度	2009年度（目標）
インド	18店	53店	100店

《世界に広がるサービスネットワーク》

国内サービスネットワーク

パナソニックではお客様に商品を安心・安全にお使いいただけるよう、ご販売店とともにお客様の身近な存在として、パナソニック専門のサービス会社を配置しています。
全国に143ヶ所のサービスステーションを展開しており、地域密着のもと高度な技術とノウハウを備えたカスタマーエンジニア（CE）がお客様からの修理依頼に対して、「迅速・確実」な出張修理・サービスを行なっています。また修理受付は365日受付体制を整備しており、ITを駆使した運行管理システムを活用し、一刻も早い修理サービスの提供を目指しています。

お客様からご販売店を通じて持ち込まれた修理品につきましては、集中修理工場であるテクニカルリペアセンター（TRC）にて、スピーディーで確実な修理を行なっています。

PTSE※	拠点数
計	132
北海道社	12
東北社	14
首都圏社	35
中部社	20
近畿社	15
中国社	8
四国社	7
九州社	21

2009年3月末現在
※パナソニックテクニカルサービス(株)

総合会社	拠点数
合計	11
山形パナソニック(株)	3
高山パナソニック販売(株)	1
山陰パナソニック(株)	5
天草パナソニック販売(株)	1
PCMC沖縄(株)	1

安心・安全を支える人材育成

海外におけるCS人材の育成を推進

お客様にご満足と安心感をご提供するには、人材というリソースが最も重要であると当社は考えています。パナソニックでは、海外におけるサービス（CS）活動強化の取り組みの中で、現地で働く人材の育成にも注力しています。 現地人材に対してCSマネジメントセミナーを実施しており、2008年度は4回の開催で計56人が受講しました。

5日間のCSマネジメントセミナーでグループ討議をする海外からの参加者

具体的には、当社の経営理念のひとつであるサービスの基本理念を始め、修理や補修部品、顧客対応など実践的なCS研修プログラムによってマネジメントスキルの向上に努めています。
さらに、パナソニックの海外CSの基本ルールや実践事例を集めたマニュアルを策定するとともに、いつでも、どこでも、CSの知識が学べるe-ラーニング体制も構築しました。また、各国・地域の販売会社のニーズにあわせた研修を出前で実施し、部品供給業務などの具体的なサービス業務単位ごとの実践型専門研修を行うなど、現場で活躍する人材をカバーするCSの教育プログラムを拡充しています。

VOCモニタリング研修

パナソニックでは「お客様の満足度」向上を実現するための取り組みのひとつとして、商品開発に携わる各部門を対象に、お客様ご相談センターに入ってくる「お客様の声」をお聞きし商品改善などに取り組む「モニタリング研修」を実施しています。この研修ではお客様の声を商品に活かすだけでなく、お客様感度の向上と定着を図ることを目的としています。今後も継続的に取り組み、商品に携わるすべての部門に対象を拡大していきます。

VOCモニタリング研修の様子。お客様の声に耳をかたむける技術者

安心・安全を支える製品審査

経済成長中のBRICsをはじめとする新興諸国での出荷が増加していることから、これらの国々での製品安全に力をいれています。まず2007年中国でのお客様視点の強化を狙い、中国の経済中心都市である上海に製品審査室を設けました。製品審査とは、お客様視点での商品の最終チェックのことです。中国では、お客様の使用実態とお客様の声、そして商品の品質情報を製品審査に役立つかたちで入手する仕組みを築く必要がありました。そこで、現地の社内部門に依頼し、中国CS部門と中国生活研究部門からお客様の使用実態とお客様の声を入手、中国品質部門と中国事業場から中国市場における商品の品質情報を入手する仕組みを2008年に構築しました。
中国と日本では生活習慣や感覚が随分異なります。たとえば中国では、電気製品は使うものであると同時に、生活ステータスとして来客に見せるという意識が強く、外観への要求が日本以上に強い傾向にあることがわかってきまし

た。そこで、より厳しい目で商品の外観をチェックするようにしています。また中国のお客様感覚をより取り入れるため中国人の審査員を現在まで4名育成し、これからも継続して育成していきます。広い国土に様々な民族が住む中国の情報を把握しながら、中国のお客様に満足いただける商品を提供できるよう、現地に根ざした製品審査を実施しています。

出荷直前の空気清浄機の内部を確認する中国人審査員

《お客様情報と商品の品質情報を入手する仕組み》

啓発活動

安心・安全な使い方に関する啓発活動

パナソニックでは環境にやさしい商品を安心・安全にお客様にご利用いただくために、啓発活動を積極的に行っています。
全国の自治体や消費者団体にご協力をいただきながら、「家電製品の上手な使い方」をテーマに、その時々のお客様の疑問やニーズに沿ったテーマで楽しくわかりやすく学んでいただける啓発講座を実施しています。
具体的には、以下のような内容を盛り込んで講座を開催しました。

1. 地上デジタル放送早わかり教室
2. 安全と家電のABC
3. 環境と楽しい省エネ教室

啓発活動でお配りしている冊子

《全国で年間125回の講座を開催》

このほかにも当社ウェブサイトで啓発コンテンツをご案内しており、より手軽に、よりわかりやすく学んでいただける環境づくりも積極的に進めています。

消費者が主役の社会づくりを目指して：消費者行政への貢献

当社会長中村邦夫は、内閣総理大臣が開催する、生活者・消費者が主役となる社会の実現をめざす「消費者行政推進会議」に参画しています。
当会議では、

1. 消費者行政を統一的・一元的に推進するために必要な権限
2. 所掌事務及び組織形態（消費者行政を担当する大臣の常設化を含む）
3. 消費者にとってわかりやすい窓口

などを検討し、消費者庁の設立に向けた報告書を取りまとめました。当社では、今後とも、自社として「消費者重視」「製品安全の確保」に努力するとともに、行政や他社とも協働し、消費者重視の社会づくりに貢献してまいります。

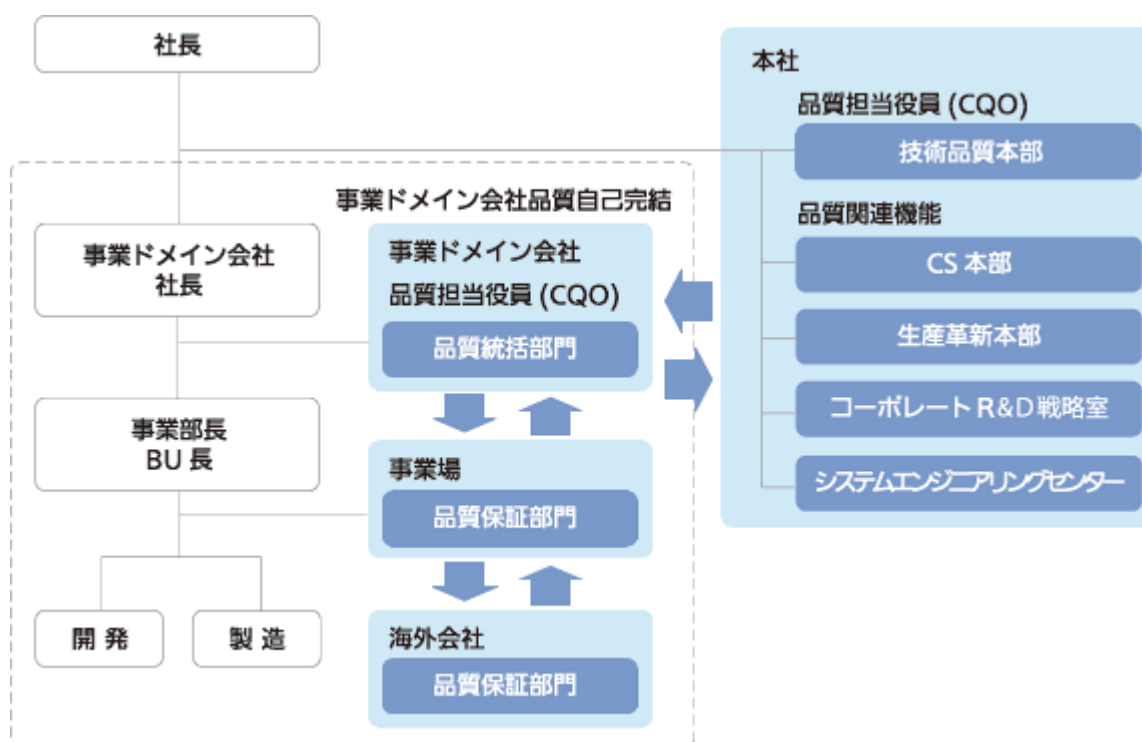
品質・CSマネジメントシステム

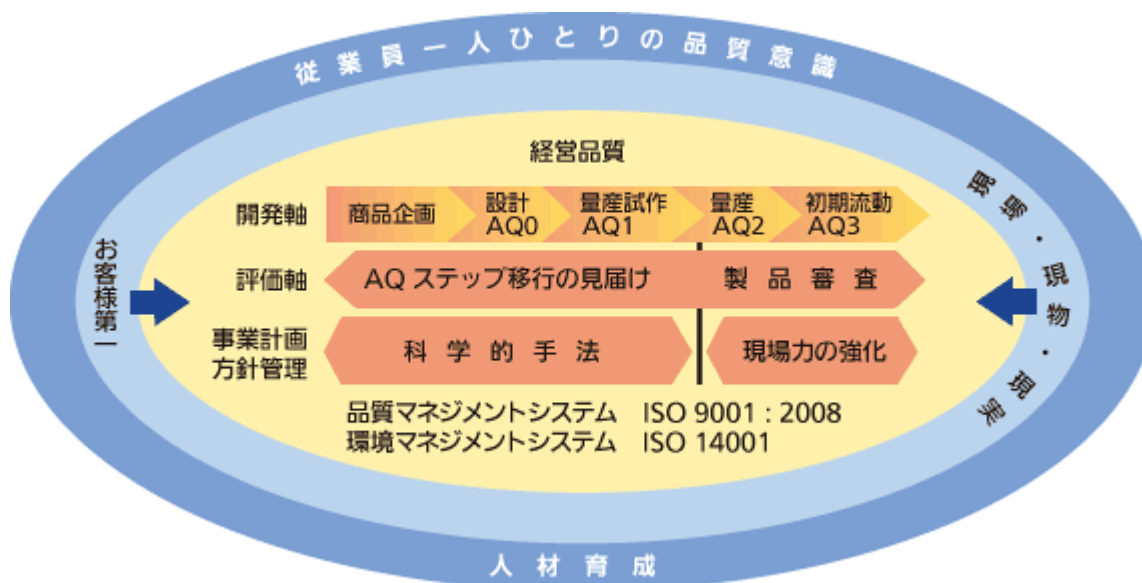
品質の基本的な考え方

経営基本方針を具体化するために、「常にお客様および社会の要望に合致し、満足していただける製品およびサービスの提供を通じ、真にお客様に奉仕する」ことを当社品質方針としています。
この品質方針を実現するため、以下を基本政策として取り組んでいます。

1. 品質をお客様および社会の要望に的確に適合させる。
2. 製品の企画・設計・製造から使用・消費を経て廃棄されるまでの一貫した品質管理体制を確立し、全部門の連携協力のもと、品質向上活動を展開する。
3. お客様および社会の真の要望を敏感にかつ正しくとらえ、それを製品化する積極性と技術・技能をもち、お客様および社会の利益を厳守するマインドをもった人材の育成に努める。
4. 品質に関する法律、関連法規、各種規格を遵守する。

品質の推進体制

事業ドメイン会社は、自己完結型の事業推進ができる自主責任経営体制を築いています。

品質マネジメントシステム

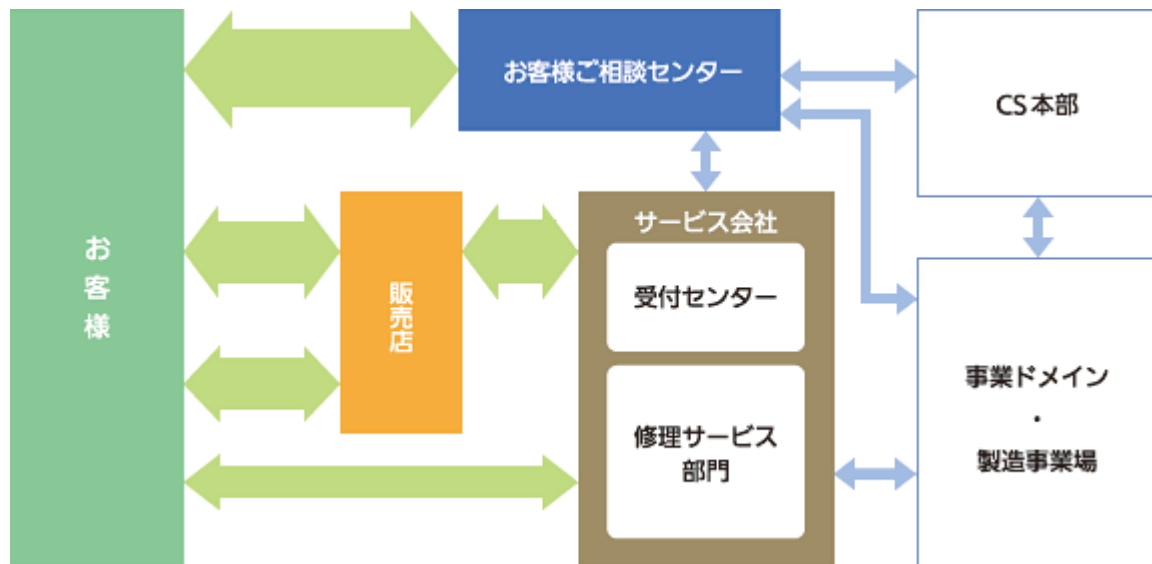
パナソニックグループ各社の自己完結の品質保証プロセスを確立するために、「品質マネジメントシステム構築ガイドライン」を発行し、グローバルに「パナソニック品質マネジメントシステム（P-QMS）」を構築しています。継続的品質改善、品質問題の未然防止、およびバラツキの低減の実現をめざしています。

CSの基本的な考え方

創業者 松下幸之助は、サービスについて「商売にはサービスがつきものである。サービスをともなわぬ商売は、もはや商売ではない。その意味においては、サービスは商売人にとってのひとつの義務ともいえる。（中略）サービスは相手を喜ばせるものであり、そしてまたこちらにも喜びが生まれてこなければならないものである。喜び喜ばれる姿の中にこそ真のサービスがあるといえよう。」と語りました。この言葉はパナソニックにおけるお客様対応の基本理念としています。
この基本理念を実現するために、パナソニックは以下の基本方針のもと、お客様の期待を超える「感動サービス」を提供できるよう取り組んでいます。

基本方針	いつでも・どこでも・速く・確実にジャストインタイムサービスの実現

国内CSの推進体制

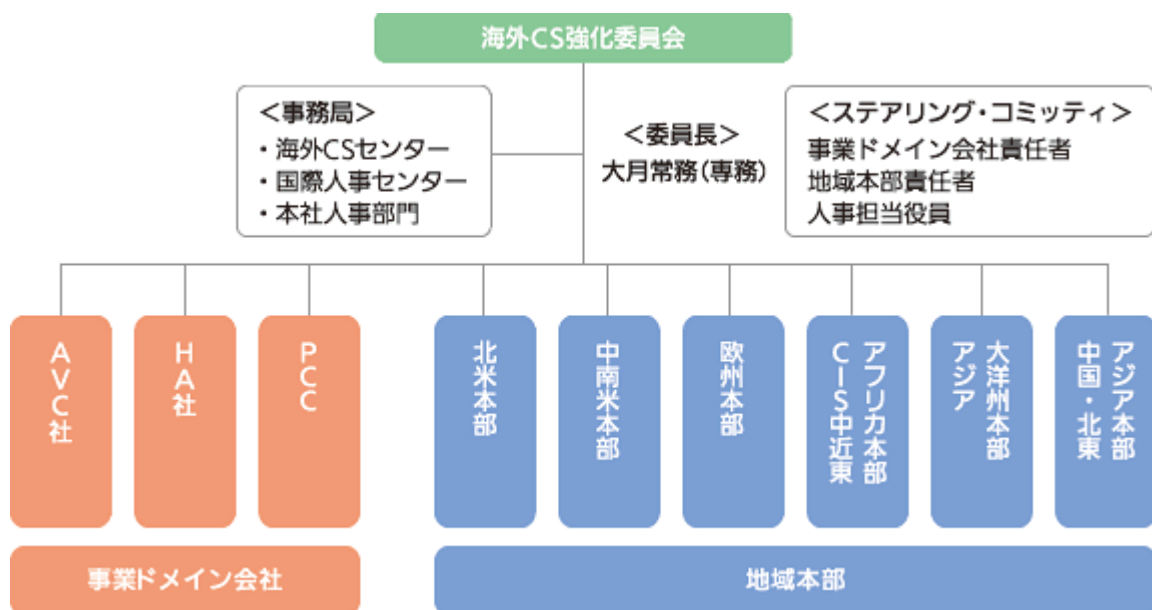
お客様からの商品をご購入する前の‘買い物相談’やご購入した後の“使い方相談”はご販売店もしくは「お客様ご相談センター」にて、“修理に関する相談”はご販売店もしくはサービス会社の「受付センター」にて対応しています。事業ドメイン・製造事業場では、お客様ご相談センターやサービス会社と連携し、専門的な対応を支援するとともに、お客様の貴重なご意見や修理対応で得られた情報を、商品改善に活用しています。

《お客様対応のしくみ》

海外CSの推進体制

世界中のお客様の高い期待に応えるパナソニックの新たな体制づくり

パナソニックでは、2003年7月から社長をはじめとする経営陣多数が参加する「お客様価値向上コミッティ」を年4回開催しています。このコミッティは、お客様との接点で起こりうるあらゆる課題を共有化し、お客様価値の向上に向けた取り組みの方向づけを行うものです。そして2007年8月の第17回「お客様価値向上コミッティ」で海外CSの課題と取り組みが報告され、本社レベルでの取り組み強化の必要性を改めて認識し、2008年4月に大月常務（現・専務）を中心に海外CSセンターと海外CS強化委員会を立ち上げ、海外のお客様の多様な期待にお応えする新たな体制と取り組みを整備しました。世界中でパナソニック製品をご愛用いただくお客様が増える中、いつでも、どこでも、良質なサービスをご提供するべく、販売会社と事業ドメインを含めた世界規模の横断的なCS強化推進活動を行っています。

《海外CS強化委員会》

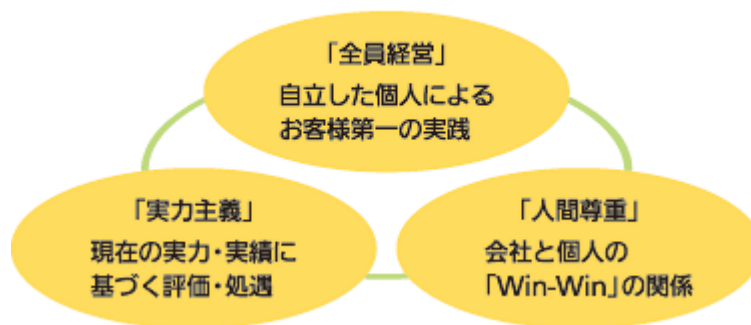
海外CSの主要KPI(評価指標)

海外CS共通の評価指標を設定

海外におけるCSエクセレンスを目的に、海外市場におけるCS共通評価指標を設定しています。具体的には、「補修部品即納率」を始め「48時間以内修理率」「コールセンター放棄呼率」「コールセンター30秒応答率」を評価指標としています。また各国・地域ではこれらの項目のほかに、それぞれの地域状況に応じた独自の評価指標を加え、取り組んでいます。これらの評価指標は毎年度見直し、再設定するとともに、各国・地域の販売会社での経営会議などで進捗状況を確認し、新たに対策を講じるなど、PDCAサイクルの徹底を図っていきます。

優れた職場環境の実現（従業員とともに）

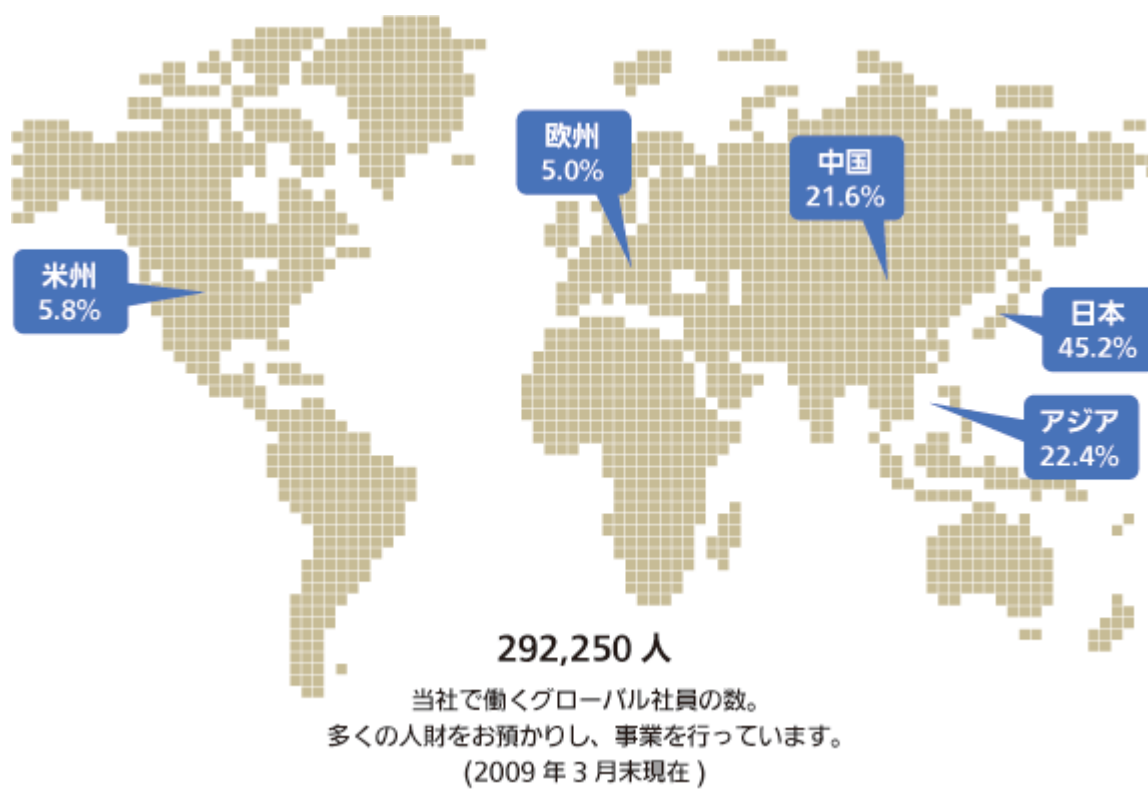
基本的な考え方

創業以来、「事業は人なり。ものをつくる前に人をつくる」という理念に基づき、人材育成を重視した経営を積極的に展開しています。また、当社の人事の基本である「全員経営」「実力主義」「人間尊重」に基づくさまざまな取り組みを通じて、「会社と個人のWin-Winの関係」の構築、すなわち会社の継続的な業績向上と個人の仕事を通じた自己実現の双方を追求していきたいと考えています。2007年度以降の中期経営計画「GP3計画」では、グローバルな成長戦略や、モノづくり立社の実現に向けた取り組みなどを推進しています。その中で人事部門としては、「グローバルな人づくり」「多様性の加速」を重点課題に掲げ、グローバルに現場力を強化し、事業の成長を牽引する人材の確保・育成や、女性・若手・外国人といった多様な人材の活躍拡大につながる取り組みを進めています。このような取り組みを通じて、“働きやすく働きがいのあるパナソニック”の実現をめざしています。

《パナソニックの人事の基本》

競争力強化のための多様性の必要性

グローバルに事業の成長を加速していくためには、グローバルな事業運営の中で活躍し、成長していくことができる人材を強化するとともに、それぞれの強みを持つ個人が、年齢や性別・国籍にかかわらず、モノづくりプロセスの中で活躍することによって、最大の現場力を発揮できるような組織づくりが不可欠です。
そのため、これまで組織の中心となっていた日本人・男性だけでなく、女性や外国人、若い世代のパワーをさらに発揮させるために、多様性の推進を重要な経営施策のひとつとして位置づけ、意欲と能力を持つ多様な人材に幅広く活躍の機会を提供するとともに、働きやすい環境づくりに積極的に取り組んでいます。

《地域別社員比率》

米州
5.8%
欧州
5.0%
中国
21.6%
日本
45.2%
アジア
22.4%
292,250 人
当社で働くグローバル社員の数。
多くの人財をお預かりし、事業を行っています。
(2009 年 3 月末現在)

グローバルな人づくり

商品企画における現地社員の活躍の推進

当社は冷蔵庫、洗濯機といった白物家電のグローバル展開を加速していますが、その地域固有の文化やライフスタイルによって、求められるニーズが異なるため、地域毎の生活を研究し現地に根差した商品展開につなげることが重要です。

2005年、北京にパナソニックチャイナ(有)中国生活研究センターを設立し、現在8名の中国人研究員が中国全土の一般消費者の家庭を年約300軒訪問するなど、ライフスタイルや白物家電に関する詳細のニーズを徹底的に調査しています。そして、その調査を通じて把握したお客様ニーズをもとに、現地社員としての感性を活かしながら中国市場に最適な商品展開を進めています。たとえば、洗濯しながら衣類を除菌できる「光AG除菌洗濯機」や、容量を確保しながら中国家庭の比較的狭いキッチンにも設置できる「スリム冷蔵庫」など、現地社員が的確に把握したニーズを当社の高い技術力により商品化することで、ヒット商品が生まれています。

中国の家庭でニーズの調査を行う現地社員(冷蔵庫)

中国の家庭でニーズの調査を行う現地社員(洗濯機)

製造人材育成の仕組みのグローバル展開

日本では、過去約半世紀にわたり、企業内学校で製造技術分野のリーダーとなる人材の育成を行ってきましたが、製造拠点の海外シフトとそれに伴う海外製造拠点の位置づけの変化に伴い、現地会社での生産をリードする人材の育成が必要になってきました。

そこで、2009年4月に、中国の浙江省杭州市に、現地化を加速させるマネージャーの養成を図る「中国製造技術学院」を設立するとともに、ベトナムのハノイ市に、自主自立で現場改善を推進できるリーダーやサブリーダーの養成を図る「ベトナムものづくり大学校」を設立いたしました。この設立に際し、日本での企業内学校教育のノウハウを展開し、教育目的のレベルにあわせて、経営・管理力、製造技術力、改革実践力、リーダーシップをバランスよく備えた人材が育成できるようカリキュラムを編成しています。

ベトナムものづくり大学校の開所式の模様

グローバルな人材育成の加速

「経営の根幹は人にあり」「ものをつくる前に人をつくる」

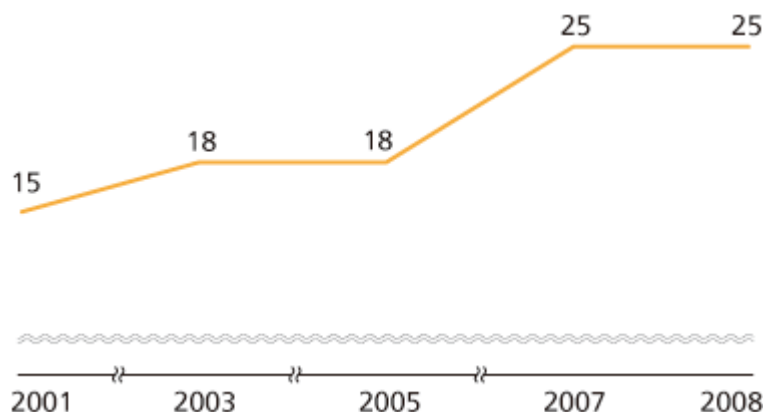
との理念のもと、仕事を通じた育成(OJT)だけではなく、職場を離れての教育(Off-JT)も幅広く体系的に実施するなど、人材育成をグローバルに強化しています。

具体的には、全社員を対象として、経営後継者の育成、経営幹部や職場のリーダーに求められるリーダーシップ・マネジメント教育、経営理念教育、開発・製造・販売といった現場第一線に求められる専門知識・技術・技能教育など、幅広い分野で教育を実施しています。このように、新入社員から経営幹部にいたるすべての階層向けに、果たすべき役割・求められるスキルに応じた体系的な教育を行うことを通じて、中長期的に社員の成長と自己実現を支援しています。また、海外会社現地人材を対象とした教育も数多く実施しています。たとえば、海外会社経営幹部の育成強化をねらいとした「シニア・エグゼクティブ・マネジメント・セミナー（SMS）」、「エグゼクティブ・マネジメント・セミナー（EMS）」の実施を始め、海外販売会社社員を対象に経営理念・営業方針・マーケティング実践手法の修得を図る「GP3マーケティングゼミナール」や、マネジメントの視点で事業経営に貢献できる技術リーダーの育成をねらいとした「MOT（Management of Technology）」など、各分野において日本・海外問わず、人材育成を強化しています。

幹部研修で席を並べる日本・海外からの参加者

さらに2008年から、開発・製造・販売の現場リーダーの育成強化や経営幹部への登用加速をねらいとした、「日本への長期・短期の派遣勤務・研修（Working in Japan）」を展開・定着させるなど、多様な国籍・文化・言語の人材が入り交じりながら相互に鍛えあうような組織づくりを進めています。
このような全社的な教育だけでなく、各事業分野の事業ニーズ・人材育成ニーズに応じた教育、海外の各地域研修所における教育なども実施しています。
このような個人の成長を組織の成長につなげる人材育成サイクルを着実に回すことによって、一人ひとりの自己実現と会社の業績向上につなげていきます。

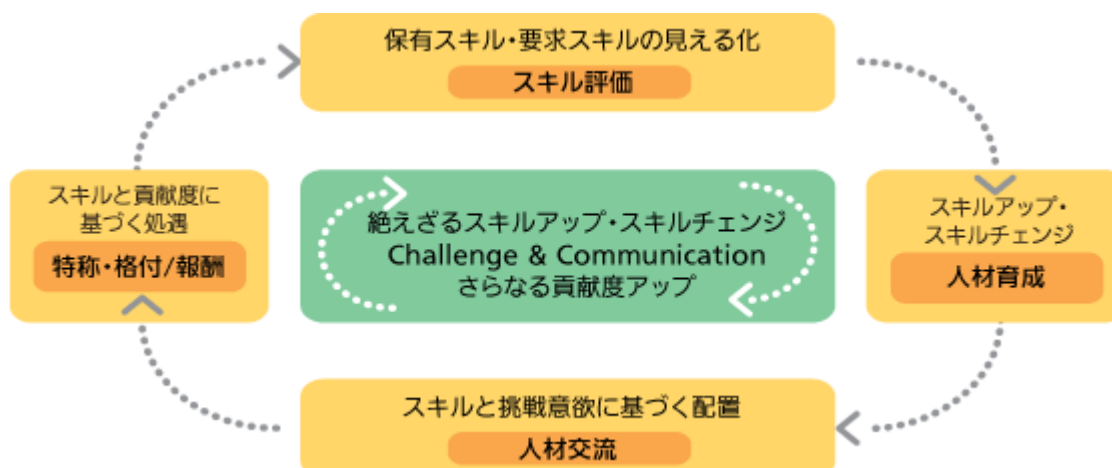
《海外会社社長に占める現地社員比率》

2001	2003	2005	2007	2008
15	18	18	25	25

グローバルにチャレンジする人材の採用

当社の求める人材像「グローバルチャレンジャー」とは、グローバルマインド溢れる「高い志」をもち、専門能力などの「尖った強み」を兼ね備え、ものごとを最後まで粘り強く「やり抜く力」のある人材です。こういった人材を、人種・国籍・年齢・性別を問わず、グローバルに求めています。
その採用プロセスでは、応募者の基本的人権を尊重することを第一に考え、本人の「適性」「能力」を選考基準として採用を行っています。
全社で公正な採用を徹底するため、採用に関わる各部門に対して啓発活動を展開しています。全社採用会議では、募集・応募書類、適性検査、採用面談などについて、社会的差別につながるような選考がなされないよう徹底しています。

グローバルに通用するスキルアップ・スキルチェンジを加速する「スキル評価」

それぞれの事業分野でグローバルNo.1を競える「強い現場・元気な現場」の実現をめざして、従業員一人ひとりの個性を尊重するとともに、もてる可能性を最大限に発揮できる環境づくりを重視しています。2006年に導入した「スキル評価」は、一人ひとりのスキルを客観的・定量的に見える化することを出発点に、上司とのコミュニケーションを通じて、社員がイキイキ・わくわくしながら、より大きなやりがいを求めてチャレンジすることを積極的にサポートする仕組みです。
この仕組みを通じて、年齢や年功に基づく20世紀型の序列を払拭した"真の実力主義"を実現し、「多様な人材がイキイキと活躍する、お客様本位の、軽くて・速いパナソニック」をめざしています。

《「スキル評価」導入後の人事システムの全体像》

多様性の加速

日本に勤務する外国人の採用拡大と定着に向けた取り組み

性別や年齢・国籍に関わりなく、多様な人材が活躍できる組織風土づくりの一環として、「外国人採用アクションプラン」を策定し、日本勤務の外国人採用（新卒定期・キャリア）の拡大を進めています。

「イリマジロ・ネットワーキング」で「パナソニックで働くこと」をテーマに意見を交わす外国人社員

あわせて、2008年から日本勤務の外国人社員一人ひとりがもつ能力を最大限に発揮するための環境整備や風土醸成、およびその定着化を図ることを目的として、入社当初から外国人社員とその上司間で将来のキャリアアップについて双方の想いを共有するための「個別育成計画書」の策定や、外国人社員の配置・育成フォローを行うための人事部門による「入社2年目面談」の設定、そして日本で勤務するために必要なさまざまな情報を提供する外国人社員向けコミュニティーサイト「イリマジロ」の構築などを展開しています。

さらに、外国人社員が所属する職場向けに、外国人社員とのコミュニケーションの留意点などを教える「異文化コミュニケーション研修」も実施しています。

また2009年1月には、ドメインの枠を超えた外国人社員の交流・意見交換の場として、「イリマジロ・ネットワーキング」を開催し、若手と先輩の約70名が参加しました。この中で、会社が外国人社員に求めるものを改めて共有するとともに、ディスカッションや先輩の経験談を通じて、若手が日ごろ抱える疑問や悩みなどについて、気づきや解決の糸口を見つけるきっかけになりました。

これらの取り組みを通じて、多様な人材一人ひとりがかがやき、それぞれの能力、創造性、感性をいかんなく発揮し、互いの意見をぶつけあいながら、さらにお客様第一を実現する姿の実現につなげていきます。

女性登用の拡大に向けた取り組み

当社では1999年にイコールパートナーシップの取り組みをスタートし、「パナソニック版ポジティブアクションプログラム」の策定や、女性の個別育成、均等雇用担当部長の設置など、性別や年齢・国籍などによる差別のない、オープンでフェアな職場環境づくりを進めてきました。

多様性推進ネットワーキングフォーラムで、各ドメインでの多様性推進上の取り組み、課題を共有し、活発に議論する参加者

2001年には、それまで人事部門を中心に取り組んできた女性の積極登用を、組織の中に多様性を育む原動力として位置づけ、女性の経営参画をさらに加速させることで企業風土を変えるという経営施策のひとつとして、社長直轄の「女性かがやき本部」（現・多様性推進本部）を設置しました。

そして、この本部が中心となったさまざまな活動が現場レベルで加速するよう、各事業ドメインのトップである役員10名で構成される「アドバイザリーコミッティ」を設置し、これらのメンバーが各事業部門における推進責任者となって、女性の積極的な登用や風土改革をトップダウンで推進しています。

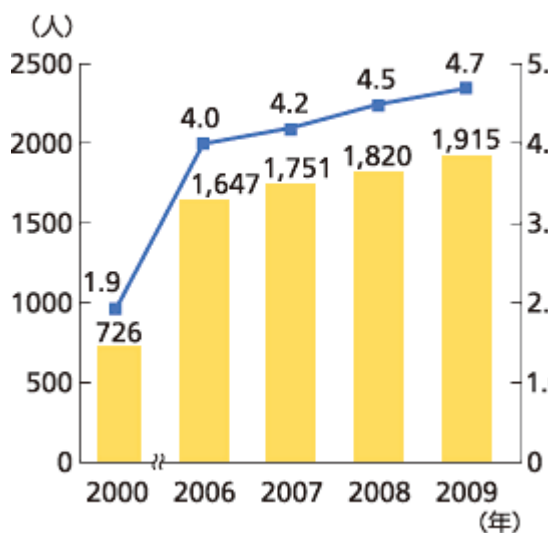
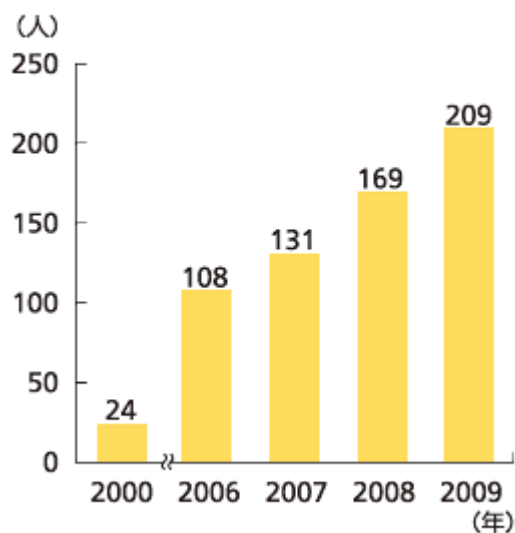
また、毎年7月を多様性推進月間と設定し、全社をあげて「女性躍進フォーラム」を開催し、社長を含め全役員・経営幹部と各部門のリーダーが女性の活躍や多様性に関するテーマで意見交換を行っています。

さらに2007年には、経営幹部候補となる女性中堅社員を対象に、視野拡大やマネジメントの実践スキル向上を図る

ための「キャリアストレッチセミナー」を新たに開講し、これまでに全社から123名が受講しました。

このような多面的な取り組みの結果、女性の経営責任者、グループマネージャー、チームリーダーといった管理職の数が増えただけでなく、製造分野を始め、あらゆる分野でリーダーシップを発揮する女性社員が増え、新商品やヒット商品の創出につながっています。

《女性役付者数と役付者比率の推移》　　《女性管理職（課長クラス以上）人数の推移》

女性役付者数
役付者に占める女性役付者の比率

※当社および国内関係会社の合計　　※当社および国内関係会社の合計

北欧地域を担当する当社販売会社パナソニック　ノルディック（株）アンドレア・ジョーセン社長

パナソニック マーケティング ヨーロッパ（有）にて汎欧の広報／宣伝を担当するアンドレア・リナバーガー役員

2009年4月新設されたパナソニックヨーロッパ（株）CSR推進室の責任者を務めるパメラ・ファンデル　マネジャー

《数字で見る女性登用の拡大》

1986年	女性活用への取り組みをスタートした年。男女雇用機会均等法施行とともに育児休業などの制度を整備するほか、経営戦略として女性の登用に乗り出した。
21.1 年	女性社員の平均勤続年数。「ワーク＆ライフサポートプログラム」を充実させたこともあり、年々この数字は延びている。男性社員は 22.5 年。
209人	2009 年 4 月現在の女性管理職者数。24 人だった 00 年 4 月からみると、9 年で約 9 倍に増えている。女性の役付者は 1815 人。8 年前の 2.6 倍になっている。

各ドメインの多様性推進責任者 「入り交じり」をキーワードに各ドメインで活動を推進

企業の枠組みを超えた多様性推進

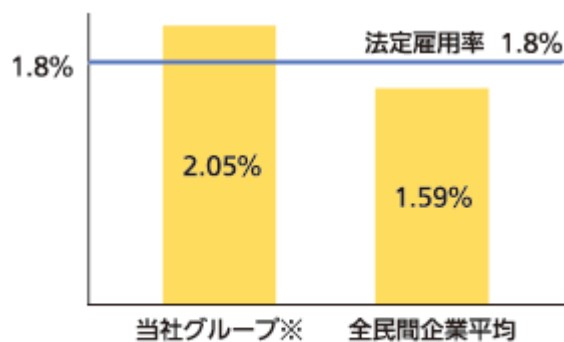
性別や年齢・国籍にかかわりなく一人ひとりが活躍できる企業の実現に向けた取り組みは、社外とも連携した活動へと発展させています。

たとえば、2005年には各企業で働く女性のモチベーションアップを目的に、「ウーマンズネットワーキングフォーラム（58企業・団体、550人参加）」を他社とともに立ち上げ、幹事企業としてフォーラム開催に参画しています。また、各企業の多様性推進担当者が、それぞれの企業内での多様性推進の取り組みを加速させるための具体的な施策やノウハウを互いに共有することを目的に、年4回の「ダイバーシティ西日本勉強会（42企業・団体、94人参加）」の実行委員会メンバーとして、企画・運営に参画しています。このような企業の枠組みを超えた多様性推進の取り組みへの挑戦を通じて、メンバー企業からの学びを得るとともに、社会全体の多様性推進の加速に貢献したいと考えます。

障がい者雇用の推進

《障がい者雇用率（国内）》

当社および主要関係会社の日本国内における障がい者雇用率は2.05%で、全民間企業の平均雇用率（1.59%）や法定雇用率（1.80%）を上回る高い雇用率を維持しています。また地域や行政との連携により、第三セクター方式による特例子会社4社を運営し、重度障がい者の雇用を進めています。

また、障がいのある人々が、社会の一員として社会・経済・文化などのあらゆる分野で積極的に活動するとともに、健常者と等しく生活を営めるよう、快適な職場づくりや豊かな生活ができるような配慮を行っています
たとえば、パナソニック吉備(株)の木村禎宏さん(交通事故で両脚の機能を失い、23年間車椅子で勤務)は、ビデオムービーの液晶ブロックの組立工程を担当し、はんだづけ、精密組立に独自のアイディアも加えながら、日々生産性の向上に向けて活躍しています。また、2008年に中国・北京で開催された「北京パラリンピック競技大会」に出場し、「車いすテニス・クァードの部」の日本代表として初勝利を遂げるというすばらしい記録を残しています。

職場でビデオムービーの液晶ブロックの組み立てをする木村さん

テニスをする木村さん(2008年には北京パラリンピック競技大会に出場)

北米での多様性推進の取り組み

北米の地域統括会社パナソニックノースアメリカ(株)(PNA)では、経営トップのリーダーシップのもと、多様性あふれる企業文化の醸成に取組んでいます。社員一人ひとりの様々な考えや経験を尊重し、異なる価値観を認め、互いに学びあうことによって、これまでになかった新しいアイディアを生みだすような創造的で革新的な組織づくりに向けて、2005年に「ダイバーシティキャンペーン」をスタートさせました。様々な職場ニーズがある中で2007年の「ダイバーシティキャンペーン」では、社員の自律性・生産性の向上に取り組みました。PNAは、社員に良き企業人であるとともに、地域との関わりや家庭生活も充実させてほしいと考えています。充実した地域・家庭生活から得た新たな価値観や経験なくして、仕事のクオリティと生産性の向上は期待できません。そこで、2007年に「業務効率化プログラム」をスタートし、社員がより柔軟な働き方ができる環境を提供し、社員一人ひとりの生産性を向上させるとともに、ワークライフバランス(仕事と個人生活の調和)の実現に取組んでいます。このような働き方を定着させることで、社員がより自律的に、責任感をもって仕事をすすめ、仕事を通じた自己実現ができる企業風土を育んでいます。また2008年3月には、社員やその家族が、健康プログラムをはじめとした様々な福利厚生を享受できるサービス「Perks@Work」を導入しました。このしくみを通じて、社員やその家族の個人生活の充実を積極的にサポートすることで、さらに社員の満足度を高め、家族や友人との生活を豊かにするだけでなく、よりお客様の立場にたった会社であり続けることができると考えています。

北米での雇用機会均等の取り組み

北米の地域統括会社パナソニック ノースアメリカ(株)(PNA)では、全社員に対して、差別禁止に関する法令関連と、そのEEO方針(Equal Employment Opportunity 雇用機会均等方針)に基づいて、「異文化コミュニケーション研修」を実施しています。これは、雇用における差別禁止に関する法律の理解を進め、職場でのハラスメントを防止することを目的として実施しているもので、この研修を通じて、社員同士やお客様、取引先様との尊重しあえる関係づ

くりを学び、オープンでフェアな職場環境の実現をめざしています。さらに経営幹部や管理職には、職場におけるEEO方針の徹底や、法律を順守するために必要な措置をとる責任があることを啓発しています。

ワーク・ライフ・バランスの取り組み

多様な人材が活躍できる環境づくりの一環として、従業員のワーク・ライフ・バランス支援にも積極的に取り組んでいます。

《取り組み例》

育児休業	子どもが小学校就学直後の4月末に達するまでのうち通算2年間取得可能
ワーク＆ライフサポート勤務	短時間勤務、半日勤務、隔日勤務など、育児や介護との両立を図るための柔軟な勤務制度
ファミリーサポート休暇	家族の看護や子どもの学校行事などのために幅広く利用できる休暇制度
チャイルドプラン休業	不妊治療のための休業制度

その他、次世代育成支援対策推進法への対応も含め、当社のイントラネット上に、「男性の育児参加応援コーナー」や「ワーク・ライフ・バランス体験談コーナー」を掲示するなど、両立支援制度を取得しやすい環境づくりに努めています。
このようなワーク・ライフ・バランス支援につながる様々な取り組みが評価され、2008年11月に「子どもと家族を応援する日本」功労者表彰において、内閣総理大臣表彰を受賞しました。

《育児や介護との両立を支援》

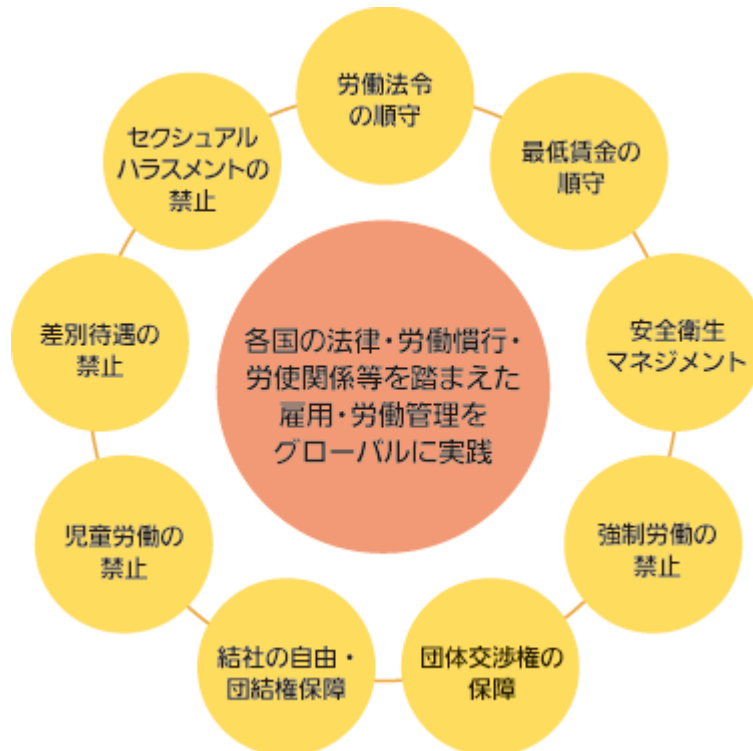
「e-Work」の取り組み

情報・通信技術を活用したユビキタスな働き方として「e-Work」を推進しており、2007年4月に約3万人の社員を対象に、在宅勤務制度「e-Work@Home」を本格導入しました。2009年3月末までの1年間で、約5,000人が月1回や週1，2回程度の頻度で、あるいは体験期間中に1回以上、「e-Work@Home」制度を利用して在宅勤務を行いました。利用者へのアンケートによると、在宅勤務の効果として、通勤の負担がなく疲労が軽減できた（53%）、家族とのふれあい・コミュニケーションが図れた（40%）、育児や介護時間が確保できた（18%）など個人生活面での充実に加え、業務効率が向上した（50%）、仕事のやり方を見直すきっかけとなった（31%）など、業務面でも効果があったとする声が寄せられています。また、出張先でも業務が行えるスポットオフィスを全国13拠点に設置しており、月間の利用者は5,000人を超えました。「移動時間が削減できた」「お客様への対応が早くなった」といった効果が確認されており、今後さらに効率的に仕事が行える環境を整備していく予定です。このような多様で柔軟な働き方の加速を通じて、生産性の向上とワーク・ライフ・バランスの実現につなげていきます。

基本的人権の尊重の取り組み

労働政策の基本方針

グローバルに経営活動を行っていくうえで、各国の雇用・労働に関する法令や倫理を順守しなければならないことは言うまでもありません。当社では、各国の法令・労働慣行・労使関係などを踏まえ、差別待遇の禁止、結社の自由、団結権の保障、団体交渉権の保障、強制労働の禁止といった基本的人権の尊重はもとより、適切な雇用・労務管理を行っていくことを、グループ全体の労働政策の基本方針としています。

《基本的人権の尊重》

労働安全衛生の取り組み

労働安全衛生マネジメントシステム

グローバルで労働安全衛生マネジメントシステムの構築・運用を目指した取組みを推進中です。
日本国内では、主要関係会社の全事業場で社内基準に基づく労働安全衛生マネジメントシステムの構築が完了しています。また海外でも構築・運用の取り組みが推進されており、今後は安全衛生アセスメントを実施し、高位平準化に向けた取り組みを進めていきます。

管理体制	当社は構内で働く全ての人に安心、快適な職場環境を提供するため、構内総合安全衛生対策を推進するとともに、5S活動や職場・設備の安全衛生点検などを徹底して行います。 【管理体制における重点テーマ】 ● ドメイン・事業場安全衛生管理体制維持強化 ● 愚直な安全衛生活動の実践

労使合同安全衛生委員会の設置

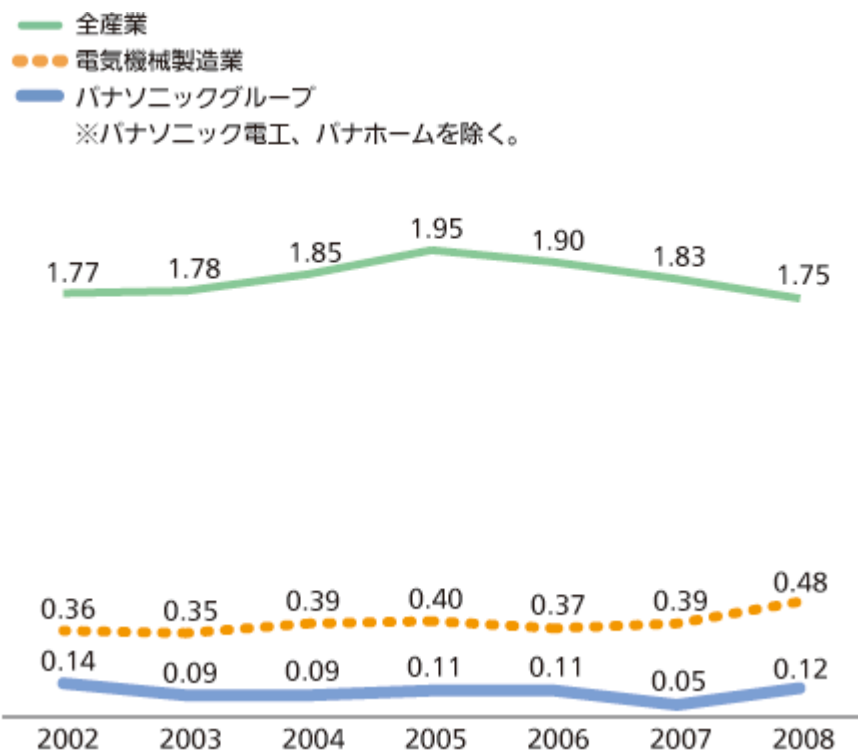
当社では事業場ごとに労使メンバーが参加した安全衛生委員会を設置し、そこで全従業員を対象とした健康・安全衛生管理に関する調査・審議を行っています。また構内の協力会社を対象に安全衛生協議会を設置し、構内の安全衛生管理に関するルールの徹底や情報提供等を実施しています。

安全管理	災害発生のリスクが高い非定常作業時のリスクアセスメントや危険予知活動などにより「危険ゼロ」職場の確立に向けた取り組みを行います。 【安全管理における重点テーマ】 ● 傷害リスクアセスメントの精度向上 ● 安全意識高揚 ● 防火・防災対策との連携強化

労働災害の発生状況

2008年本社に報告された労働災害は日本15件、中国22件、マレーシア2件、フィリピン2件、シンガポール1件、インドネシア1件、タイ1件（死亡）、インド1件、ポーランド1件、ペルー1件でした。
当社は、主要な災害情報を「グローバルレポート」として配信し、対策の横展開を図るとともに、安全衛生アセスメントを推進しています。

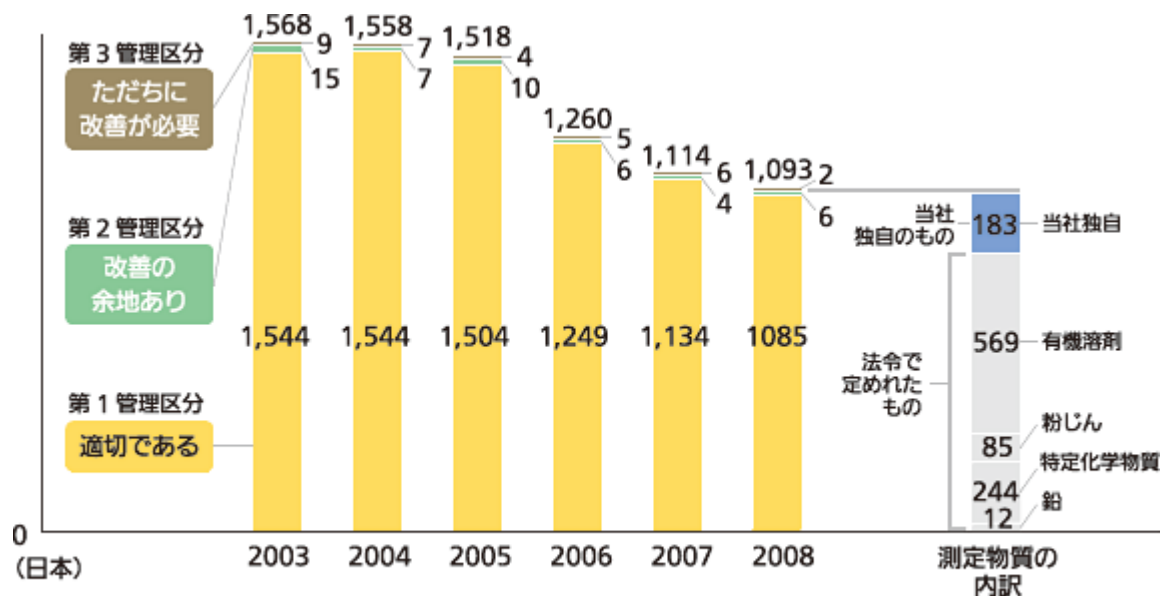
《労働災害発生頻度》

全産業
電気機械製造業
パナソニックグループ
※パナソニック電工、パナホームを除く。

《労働災害による損失日数と強度率（日本）》

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
損失日数	1,059	7,358	409	1,762	584	368	4,269
強度率	0.008	0.055	0.003	0.014	0.005	0.003	0.039

※損失日数とは労働災害によって失われた被災者の労働日数の合計
※強度率とは延べ労働時間1,000時間あたりの労働損失日数の割合

衛生管理	化学物質のリスクアセスメントや設備点検、作業環境改善活動などにより「より働きやすい」職場の確立に向けた取り組みを行います。 【衛生管理における重点テーマ】 • 快適職場環境の実現 • 化学物質管理の強化 • 石綿対策の推進

《管理区分別作業と測定物質の内訳》

※データ集計期間は 1 月～ 12 月です。

従業員の健康管理に関する方針・取り組み（2009年度）

健康管理	長時間労働者への健康管理対策や職場コミュニケーション活性化、健康増進支援活動などの強化により「健康確保・増進」に向けた取り組みを行います。 【健康管理における重点テーマ】 • 生活習慣病対策の推進 • 喫煙対策の推進 • メンタルヘルス対策の推進

HIV/AIDSの予防、感染者の人権保護、家族の支援

当社ではエイズについて正しい知識を持って対応すれば予防でき、無用な不安や職場での混乱を避けることができると考え、従業員への啓発活動を最優先に取り組むことを基本としています。また人事管理面では感染者の人権保護を第一義として対応するものとし、

1. 個人情報の守秘
2. 人事上の差別の禁止
3. 同意なしのHIV抗体検査の禁止
4. 啓発活動の実施

の4点を対応の原則としています。

海外人事・労務アセスメントの実施

グローバルな事業展開を進める中で、当グループでは2007年度から、海外会社における労働・人権に関するコンプライアンスの徹底や労務リスクマネジメントの強化などを目的に、「海外人事・労務アセスメント」を実施しています。これは、海外会社において、現地の労働法（法定労働時間の遵守や最低賃金の支払など）や雇用制度・慣行に基

づく適正な労務管理が行われているか、また、事業への影響やトラブルが発生する労務リスク要因が潜んでいないかなどを、約300項目からなるチェックリストに基づいて自主精査するもので、まず海外会社にて自己チェックを行った後、「アセッサー」と呼ばれる日本の親元ドメインの担当者が最終チェックを行う仕組みです。また、「アセッサートレーニング」を定期的に開催し、計画的なアセッサーの育成やチェック能力の向上にも力を入れています。日本と海外との連携を深めながら、グローバルレベルでの労務マネジメント強化に取り組んでいます。

セクシュアルハラスメントの防止

セクシュアルハラスメントは、その対象となった人の尊厳を不当に傷つけ、能力発揮を妨げるとともに、企業にとっても秩序や仕事の円滑な遂行が阻害され、社会的評価にも影響を与える問題です。

当社では、性別、年齢、国籍などにかかわらず、多様な人材が重要なパートナーとして尊重しあい、イキイキと活躍できる働きやすい職場づくりを進めています。そのためにも性差別やセクシュアルハラスメントはあってはならないことであり、その防止のために、以下のような取り組みを行っております。

- セクシュアルハラスメントに対する方針の策定と周知徹底
- セクシュアルハラスメントに関するリーフレット・マニュアルの配布
- イコールパートナーシップ相談室の設置
- セクシュアルハラスメントに関するセミナー・研修会の開催

リーフレット

イコールパートナーシップ相談窓口の設置

当社では、本社に「イコールパートナーシップ相談室」を設置し、専任の相談担当者を配置するとともに、各ドメイン・事業場にもそれぞれ相談窓口を設置し、均等雇用やセクシュアル・ハラスメントに関する従業員からの様々な相談を受け付ける体制を整えています。

熟年設計セミナーの開催

退職を控えた社員に、定年にまつわる諸問題についての実際的な知識と情報を提供し、定年後の生活プランを仕上げてもらうため、55歳以上の社員とその配偶者を対象に「熟年設計セミナー」を実施しています。当セミナーは各地の事業場で土曜日を中心に半日開催され、2008年度は配偶者も含めて約2,150人が参加しました。受講した社員からは「定年後の経済生活を夫婦で考えるよいきっかけとなりました」などの感想が寄せられています。

健全な労使関係

経営の重要な意思決定への従業員の参画

当社では経営上の重要事項について、労働組合に事前に説明し、意見を求める場として「経営委員会」を設置し、さらに、重要な意思決定事項について、労働組合の代表に説明し、承認・提言を得るための機会として「労使協議会」を設置しています。

「経営委員会」「労使協議会」とも、それぞれ全社レベル、事業ドメインレベル、ビジネスユニットレベルで定期的に開催しており、全社レベルの経営委員会は、社長、人事担当役員、労働組合中央執行委員長等が出席して毎月1回、また全社レベルの労使協議会は、常務以上の全取締役および労働組合の全中央執行委員等が出席して毎年2回開催しています。

パナソニック欧州会議（PEC）による従業員と経営幹部との対話

欧州では1994年に採択されたEU指令※を受け、いち早く労使間の自主協定を締結し、パナソニック欧州会議（PEC）を設置しています。2008年度は13ヶ国より29人の従業員代表がチェコに集まり、3日間にわたって経営戦略や事業課題、雇用、労働条件に関する情報交換や経営幹部との活発な協議が行われました。

※欧州連合域内の2ヶ国以上にわたって1,000人以上を雇用するすべての企業に汎欧労使協議会の設置を義務づける指令。

中国で積極的な労使対話を実践

中国では、民間企業の組合組織率にばらつきがありますが、当社グループ会社では、59社中55社で組合を組織し、数カ月に1回程度の労使対話や労使合同でのレクリエーションを積極的に実施しています。
とくに、2008年の四川大地震の際には、被災地に労使で約1.9億円の義援金・物資を寄付しました。あわせて労使で数人の支援ボランティアを募り、被災地で物資搬送などの支援活動を実施いたしました。
このような取り組みを通じ、事業発展の礎となる良好な労使関係づくりに力を注いでいます。

労使で作成した募金を呼びかけるポスターと職場での募金風景

地球環境との共存（地球環境とともに）

地球環境を大前提とした事業活動で社会へ貢献
—エコアイディア戦略で環境経営を加速—

役員
生産革新担当、施設管財担当、品質担当、FF市場対策担当、環境担当、リサイクル事業推進担当
牧野　正志

人類の危機克服にむけた転換期

19世紀以降の産業の発展は、私たち人類に物質的な豊かさをもたらしました。それは同時に、地球温暖化による気候変動や自然生態系の破壊など、さまざまな環境問題を引き起こしてきたとも言えます。21世紀、地球環境問題はより一層深刻化することが予測され、今日の我々は、いまだかつて経験したことのない危機に直面していると認識しています。

中でも気候変動については、2008年7月に開催された洞爺湖サミットにおいて「2050年までに世界全体の温室効果ガス排出量を半減する」という目標を共有し、2009年12月にコペンハーゲンで開催される国連気候変動枠組み条約第15回締約国会議（COP15）では、2013年以降の温室効果ガス削減の中期目標が合意される予定です。また、金融危機に端を発した世界同時不況の中、各国で進められている「グリーンニューディール政策」が、環境・エネルギー分野への産業シフトを加速させています。世界は今、持続可能な社会に向けて、これまでの産業構造や技術革新のあり方、一人ひとりのライフスタイルなど、さまざまな観点で大きく転換する時期を迎えています。

パナソニックの環境経営

当社は、「地球環境との共存」に貢献することを、事業ビジョンのひとつに掲げています。環境行動計画「グリーンプラン2010」を環境経営の指針に据え、具体的な数値目標を設定し、その達成に向け、徹底した取り組みを行っています。これを基盤に、2007年10月には、地球温暖化対策の加速とグローバルな環境経営の推進に焦点をあてた「エコアイディア戦略」を発信しています。特に、「生産活動におけるCO_2排出量」については、総量で削減する方針を示し、2009年度に2006年度比30万トン削減をコミットしました。同時に、このCO_2排出量を主要経営指標のひとつに位置づけ、目標達成に向けて全社を挙げた取り組みを推進しています。

3つの切り口で「エコアイディア戦略」を推進

「商品のエコアイディア」では、商品の省エネ性能を徹底的に追求すると同時に、省資源、リサイクルの取り組みを進めています。今後は、さらに創エネ・蓄エネ機器やエネルギーマネジメントシステムなど、機器連携により家まるごとで環境負荷削減を実現していきます。

2009年4月には、このような取り組みを社会の皆様にわかりやすくお伝えすべく、当社ショウルームに「エコアイディアハウス」を開設しました。ここでは、3年から5年先の実現を想定した家まるごとCO_2±0（ゼロ）のくらしを提案しています。
また、「モノづくりのエコアイディア」では、CO_2排出量30万トン削減という目標を一年前倒しで達成しました。これは、生産減の影響もありますが、あらゆる生産現場におけるCO_2削減施策の徹底が大きく寄与しています。
「ひろげるエコアイディア」では、社会の皆様とともにエコ活動を進めていくことを目指しています。2008年10月に実施した「パナソニック エコリレー」には、世界39の国と地域で推定約20万人の方々にご参加いただき、さまざまなエコ活動を展開しました。また、生物多様性の保全や子どもたちを対象とした環境教育など、NPO・NGOとのパートナーシップを含めた企業市民としての活動を推進しています。

これらに加えて、環境リスク管理や透明性の高い情報開示などを着実に進め、常に「一歩先のエコ」を目指し、グループを挙げて取り組みを進めていきます。

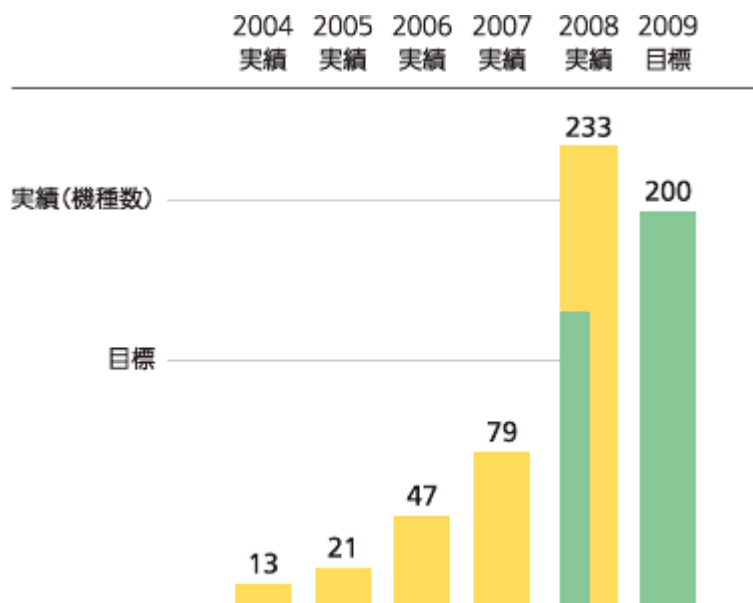
地球温暖化へのアプローチ

商品での取り組み

省エネNo.1商品の拡大

当社は、「地球温暖化防止」「資源有効利用」「化学物質管理」の3つの観点から、環境に配慮した商品づくりに取り組んでいます。中でも、地球温暖化防止に向けた省エネルギー機器の普及拡大を通じて広く社会に貢献すべく、「省エネNo.1商品」の開発を加速し、グローバルに展開しています。

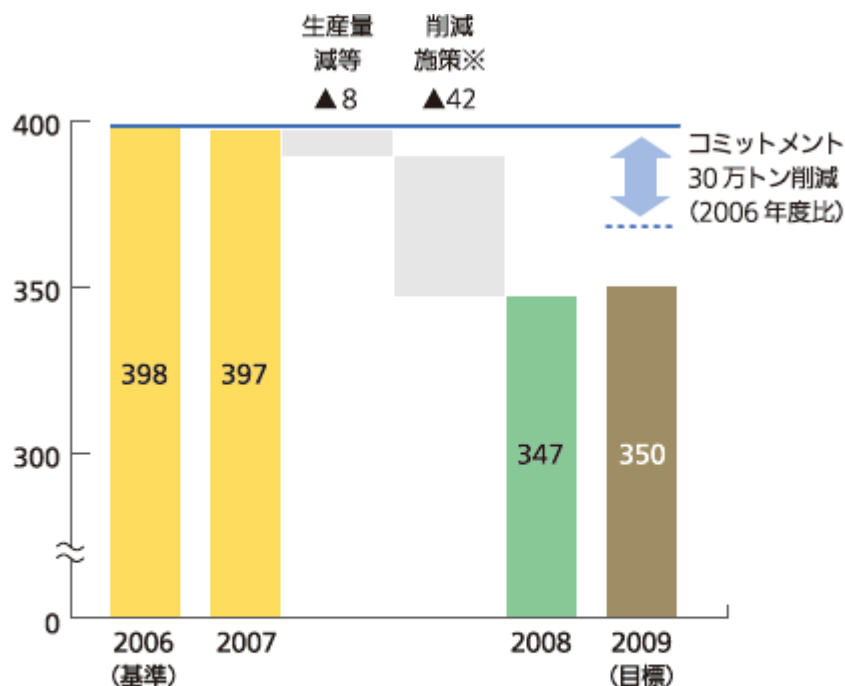
2008年度は150機種という目標を大きく上回る233機種を開発販売しました。高い省エネ性能を世界各国で評価いただき、各地域のラベル認定や表彰の受賞など、日本以外の市場でも取り組みが加速しています。2009年度は、景気減速により開発機種数を絞込む中においても、200機種以上の創出を確保し、他社を圧倒する省エネ性能の向上とその連打に取り組みます。

《省エネNo.1機種数の推移》

省エネ機器の普及に向けたリーダーシップ

当社は、電気機器の使用に起因する温室効果ガスの削減を目的に、世界の主要CO_2排出7ヶ国で構成される「クリーン開発と気候に関するアジア太平洋パートナーシップ（APP）」へ積極的に参画し、各国の市場における省エネ機器の普及促進に努めています。特に、Market Transformation（市場の転換）プロジェクトでは、日本がリード国となり、トップランナー制度をはじめとする各国のエネルギー効率基準やその改善政策に関する好事例の共有を図っています。また多数の国際シンポジウムにおいて、温暖化防止に向けた省エネ機器導入の重要性を訴え、日本の施策および当社の環境経営に関する情報提供と理解促進に取り組んでいます。

生産活動におけるCO_2排出量の削減

当社は事業活動すべてのプロセスでCO_2削減に取り組んでいます。特に生産活動でのCO_2排出量について総量で削減することを目指し、中期経営計画の3年間の取り組みで、グローバルに30万トン削減の目標を掲げてきました。2008年度は徹底した削減施策と急激な景気後退による生産量の減少により、51万トンを削減（2006年度比）し、目標を1年前倒しで達成しました。2009年度は、生産量が拡大する中でも48万トン削減（2006年度比）を目指すと同時に、市況回復時に向けた省エネ体質への変革を進めます。

《生産活動によるグローバルCO_2排出量》

（注）CO_2排出係数（日本・電力）は、その実績公表と当社計画策定のタイミングの相違により、2006年度0.425kg/kWh、2007年度以降は0.410kg/kWhを使用。0.410kg/kWhを使用した場合の2006年度CO_2排出量は393万トン。
日本以外の地域は、GHGプロトコルの各国ごとの係数を使用。

※ 対策をしない場合と比較した概算値

全社CO_2削減推進委員会の設置

2008年4月、環境担当役員を委員長に、事業ドメイン会社のモノづくり担当役員クラスを委員とする、全社CO_2削減推進委員会を立ち上げました。この委員会は、月次で把握している取り組みの進捗や課題の検討、施策実施の徹底などを行っています。さらに、全世界の工場と迅速に情報を共有し、取り組みを徹底するために事業ドメイン会社においても同様の委員会体制を構築しています。委員会傘下には、省エネ技術を保有する関連部門で構成した省エネ技術支援チームを設置し、各工場に共通する課題に対して支援を行っています。

グローバル全拠点で「メタゲジ」活動を推進

CO_2削減を確実に実行するためには、工場の各設備のエネルギー使用状況や対策による削減効果を「見える化」することが重要です。そのためメーターやゲージなどの計測器を導入してエネルギー使用量を「見える化」し、測定可能な削減対策を実行することを「メタゲジ」と名付け、全社活動として推進しています。

2008年度は、全製造拠点において計測システムの導入を推進し、管理体制を構築するとともに、モデル工場での取り組み成果に基づき「メタゲジ」活用マニュアルを作成しました。今後は、この仕組みを活かしてエネルギーのムダを顕在化させ、その削減取り組みを強化させていきます。

「省エネルギー診断」による対策の掘起しを推進

各製造拠点における省エネルギー対策の掘起しに向け、省エネの専門家による「省エネルギー診断」活動を推進しています。ドメイン会社では、各製品のモノづくりプロセスを熟知した技術者と工場の担当者が協力し、問題解決を図っています。また、省エネ技術支援チームのメンバーを中心とした専門チームを編成し、全社展開が可能なテーマを掘起すため、診断活動を展開しています。その結果、2008年度は15工場において、2万8千トンを削減する350件の省エネ対策を提案しました。

プロセス革新で削減を加速

全社目標の必達に向け、従来の手法では技術的課題や品質確保問題のために着手ができなかった削減テーマにも、積極的に取り組んでいます。具体的には、社内の研究部門である生産革新本部 生産技術研究所が中心となり、シミュレーションなどの先端技術を活用して省エネルギーに関する技術開発を行い、ドメイン会社を生産技術面で支援しています。これは、エネルギー消費量の大きい半導体工場のクリーンルームや二次電池のドライエアー供給において大きな削減成果を生み出すとともに、「省エネ生産技術研究会」を開催し、全社展開を進めています。ここでは各工場が課題を持ち寄り、担当技術者の育成を含めた取り組みの推進を図っています。

オフィスにおけるエネルギー消費削減

取締役
経理・財務担当、情報システム担当、IT革新本部副本部長
上野山　実

「環境経営の加速」と「生産性向上」を両立させるIT革新
－オフィスのグリーンITの取り組み－

当社は、「経営革新をIT革新で先導し、お客様価値の最大化を目指す」ことをねらいとして、2000年に社長を本部長とするIT革新本部を設置しました。「IT革新なくして経営革新なし」の強い思いで、事業構造～業務プロセス～組織・風土などあらゆる経営改革と連動したITによるマネジメントインフラをグローバルに構築しています。
一方で、IT機器による電力消費は2025年には社会全体の15～20%に達するといわれています。（出典：経済産業省／グリーンIT推進協議会）
パナソニックにおいても、グループ全体約30万人のIT基盤の環境負荷低減は、社会的責任の観点からも急務です。

現在、世界24ヶ国におよぶグローバルな管理システムを活用した社内約18万台のパソコンの稼動管理や、データセンターの取り組みなどにより、徹底した社内のIT環境の省エネルギー化に取り組んでいます。またITを活用したオフィスの働き方の革新（ワークスタイル革新）によって、移動時間やコストの削減、柔軟な勤務形態を可能にし、社内の「生産性向上」とCO_2排出などの「環境負荷低減」を両立させることができました。今後の循環型社会への移行を考えれば、使用済みIT機器のリサイクルや材料面での環境配慮など、その取り組み範囲も広がっていくでしょう。

世界No.1のエレクトロニクス企業を目指すパナソニックらしいIT革新を進め、これまで培った「オフィスのグリーン化」技術やノウハウを、グリーンIT推進協議会などの活動を通じて、これからのIT社会全体の環境負荷低減のために活かしていきます。

3つの切り口で「グリーンIT」を推進

当社のグリーンITの取り組みは、次の3つの活動「Green of IT」、「Green by IT」、「Green データセンター」として進めています。

IT機器の使い方によってCO_2を削減（Green of IT）

Green of ITの取り組みでは、メーカーの使命として、より低消費電力型の製品や待機電力ゼロの製品を提供することに加えて、IT機器の使い方によってCO_2削減に貢献する取り組みをグループ全体で実施しています。

具体的な取り組みの一つ目は、パソコン（PC）の電源管理機能を活用したものです。これは、打ち合わせや会議などでPCを一定時間使用しなければ自動で省電力モードでの稼動に移行する機能をすべてのPCに設定するものです。1台1台の効果は僅かですが、パナソニックグループ全体で管理するPCは18万台にもおよびますので、全体で

は1,800トン（約350世帯の年間排出量に相当）のCO_2削減効果があります。二つ目は、IT機器の待機電力削減の取り組みです。オフィスで活用するプロジェクター、電子白板、IP電話機の充電台などの不使用時にこまめに電源を抜くことや、コンセント単位で電力をカットするコンセントタップの導入を図る取り組みを進めています。また当社製の最新機種の省エネ型複合機の導入・切替えによっても大きな効果を出しています。これらの取り組みを従業員一人ひとりに浸透させることで、オフィスだけでなく社会や家庭においても自然と省エネルギーの行動ができることにつながり、地球環境保全の取り組みに貢献しています。

ITの活用によってエネルギー消費を削減（Green by IT）

Green by ITの取り組みでは、企業本来の競争力強化のためのITを活用した高効率なモノづくり支援システムや物流の効率化システムなどに取り組む一方、オフィス分野の取り組みとして、ITをフル活用した働き方（e-Work）を展開することにより、エネルギー消費の削減を推進しています。

具体的な取り組みの一つ目は、「在宅勤務」です。現在は5,000人規模で実施しており、さらなる拡大を目指しています。二つ目は、「移動レス」の取り組みです。これは移動削減に焦点を当て、いかに移動を削減するかを検討し推進しています。活用シーンにより、簡単なものから高品位なものまで遠隔地会議システムを使い分け、活用拡大を図っています。また、社内に全国どこの拠点からの出張者でも使える共用オフィススペース（全国13ヶ所、月間利用者5,200人）を設け、拠点間や自宅などの移動も極力少なくする直行直帰も実施しています。三つ目は、「ペーパーレス」の取り組みです。給与明細を電子化し電子配信することで、パナソニックの全従業員に配布していた給与明細書(年間約90万枚)を削減しています。またペーパーレス会議を推進しており、会議開催の際にプロジェクターを活用し、事前配付している会議資料の確認にはPCを活用しています。四つ目は、「間接業務の生産性を高める」取り組みです。これは、電子ワークフローの活用拡大、情報共有の推進、メールの有効活用などを推進し、間接業務の時間を短縮し効率化することで、紙資源の利用削減とエネルギー削減に貢献しています。

サーバーの集約・統合でCO_2を削減（Green データセンター）

データセンターでは、現在サーバー集約・統合によるCO_2排出量削減の取り組みを進めています。具体的な取り組み事例としては、パナソニックグループの12万人が使用する国内最大規模の電子メールシステムのサーバーを集約し、40台から2台に削減しました。この効果はシステムのライフサイクル（5年間）で考えるとCO_2換算2,530トンの削減になります。こういった取り組みを積み重ねることで、データセンター全体では2009年度末に2006年度比で33%削減を目指し、2008年度末時点において、CO_2換算で2,000トン（約380世帯の年間排出量に相当）の削減（2006年度比）を実現しました。

また、データセンターへのサーバー集約を進めることで、グリーンITの取り組みはもとより災害対策やパンデミック対策の強化にもつながり、リスク発生時にもお客様にご迷惑をかけないよう、より安全性や信頼性を高める取り組みになっています。

資源循環へのアプローチ

資源についての取り組み

基本的な考え方

資源の有効利用や環境汚染防止などを目的に、世界各国でリサイクルの法制度や仕組みの整備が行われています。日本では特定家庭用機器再商品化法（家電リサイクル法）や資源有効利用促進法、EUではWEEE指令、米国の一部の州でも同様の法律が制定・施行されており、中国でも2009年2月に制定されました。当社は各国のリサイクル関連法規に対してその順守はもとより、使用済み製品の回収やリサイクルのシステム構築において国ごとのリサイクルインフラの実情に踏まえ、環境および経済の両面で最も望ましく、実現可能かつサスティナブルな仕組みづくりに貢献していきます。

《2008年度実績》

日本	家電４品目※1 を約７万 8,000 トン再商品化
欧州	廃電子機器を約３万 7,000 トン※2 回収
米国	廃電子機器を約 1,600 トン※3 回収

※1　エアコン、テレビ、冷蔵庫、洗濯機
※2　回収システム毎の回収重量 × 当該システムにおける当社重量ベース当社市場投入シェアより算出
※3　州法に基づく回収及び自主取り組みによる回収など

製品リサイクル活動を五極体制で推進

当社は社会の要請に積極的にお応えするために、「日本」「欧州」「北米」「中国」「アジア大洋州」をグローバル5極と位置づけ、各地域の事情に沿った取り組みを進めています。当社は、2001年に日本における4品目を対象とした家電リサイクル法の施行にともない、既存インフラを活用した地域分散処理システムを構築しました。当社が主体となり設立した（株）エコロジーネットが、Aグループ（当社をはじめとする24社）に所属するメーカーなどの委託を受けて関連業務を一括代行し、190ヶ所の指定引取場所と再商品化拠点35ヶ所を管理運営しています。さらに2009年4月からは、対象機器の追加（薄型テレビ、衣類乾燥機）にともなう新たなシステム構築に取り組んでいます。

リサイクル会社と共同プロジェクトを進めるエコロジーネットヨーロッパ グリーガーマネージャー（左）

欧州では各国法の施行後、リサイクル処理にかかるコストを抑えるためにフロンを大気放出するなど、法令違反が課題となっています。当社がドイツに設立した「エコロジーネットヨーロッパ」（ENE）は今日まで法令違反ゼロを継続しており、リサイクルのわかる事業会社として業界で一目置かれる存在になっています。

米国では、2007年7月のミネソタ州でのリサイクル法（州法）施行を契機に、当社が主体となって同年9月に「アメリカリサイクルマネジメントLLC」（MRM）を設立し、テレビ、パソコンを中心としたリサイクルを開始しました。法制化済みの他州へも順次拡大していきます。さらに、当社は2008年11月からMRMの運営による全米自主プログラムを開始しました。

中国では、2011年1月の法施行に向けて当社はECFIC(投資性公司工作委員会)のメンバー企業として、中国政府と一緒になった制度づくりに積極的に参画しています。

このような取り組みをグローバル5極で法制上メーカーに課せられた義務や社会の要請に沿って、関連のステークホルダーとよく協議をしたうえで、適正に役割分担し、最も効率的に実行していくことが当社の目標です。

再生資源をより多く回収し、モノづくりに活かす取り組み

独自のプラスチック再生技術をモノづくりに活用

プラスチックを再生する場合、異物を除去するため一旦溶融しペレットにして使用するのが一般的ですが、独自の異物除去技術により、加熱溶融工程のないペレタイズレスでの再生技術を確立しました。これにより、再生工程でのCO_2排出量を、ペレット化した場合の約1/2に抑えました。冷蔵庫から回収されたプラスチックは、冷蔵庫の材料として再利用しています。

冷蔵庫部品への適用例

有機物分解リサイクル技術を開発

当社は、触媒反応を用いて有機物を無害ガス化し無機物を取り出す、有機物分解リサイクル技術を開発しました。これはプラスチックで被覆された配線や金属の混入した樹脂から金属だけを回収する技術です。また、自己反応熱で処理できることから、外部からのエネルギー供給も少量に抑えられます。現在、テレビのブラウン管消磁コイルなどから、銅線を回収しています。

パナソニック エコテクノロジーセンター(株)で稼働中の熱触媒分解装置

商品における省資源の取り組み

製品の資源有効利用を進めるアプローチとして、製品重量やお客様がご使用になる際の消耗材を減らす「素材量の削減」と、リサイクル材や生物資源の採用などによる「循環素材の活用」を進めています。2008年度の資源有効利用によるダントツGPは、2007年度比で126%増加し129機種となり、循環素材として、約3,000トンの再生プラスチックと約150トンの植物由来プラスチックを活用しました。また、リサイクル設計の推進として、設計者自身が商品の解体実証を体験・評価を実施することで、解体容易性や分別性の改善につないでいます。

ポータブルDVDプレーヤー
DVD-LS84(販売地域:欧州、中南米、アジアなど)

- 8型ワイド液晶を搭載しながら本体質量866gを達成
- 当社2005年モデル(DVD-LS91)比約15%の質量を削減

工場における廃棄物の削減

当社の工場から発生する廃棄物・有価物を分類すると、(1)再資源化量(有価売却、無償・逆有償譲渡に関係なく再資源化できるものの量)、(2)減量化量(焼却や脱水により減量化した量)、(3)最終処分量(最終処分せざるを得ないものの量)の3つに分類できます。

当社の廃棄物削減に向けた取り組みは、(3)に限定せず、(1)、(2)を含めたすべての「廃棄物・有価物発生量」を抑制することを目指しています。

再資源化を進めることによって最終処分量を限りなくゼロにする「廃棄物ゼロエミッション※1」の達成に向け、取り組みを推進していきます。
2008年度は廃棄物・有価物発生量を原単位※2で2000年度比16%削減という目標に対し、43%削減でした。発生量総量では、2007年度比で17.1%の削減となりました。すでに2010年度目標の20%を達成したため、新たに物価補正を行わない原単位目標※3を設定し、2009年度、2010年度はそれぞれ14%、16%の削減をめざします。
また、日本国内ではリサイクル率が99.7%となりました。2007年度は国内全138事業場が廃棄物ゼロエミッションを達成し、2008年度は1事業場を除いて134事業場が達成しました。日本以外の地域における2008年度のリサイクル率目標90%でしたが、91.7%を達成しました。2010年度には平均で95%へ向上させることを目指しています。

※1 定義:リサイクル率99%以上
リサイクル率＝再資源化量÷(再資源化量＋最終処分量)
※2 廃棄物・有価物発生量÷(連結売上高÷日本銀行企業物価指数(電気・電子機器))
※3 廃棄物・有価物発生量÷連結売上高
(同算定方式による2008年度実績は、2000年度比12%削減)

水についての取り組み

工場における水使用量の削減

当社は世界的な水不足への対策として、水使用量の削減に取り組んでいます。2008年度は、原単位※1で2000年度比8%の削減目標に対し、48%の削減を達成しました。2010年目標を大幅に達成したため、新たに物価補正を行わない原単位目標※2を設定しました。2009年度は22%、2010年度は24%の削減をめざします。
グローバルでの使用量は、2007年度比12%減少となりました。特に、水不足が深刻になっている中国では、CF認定制度で水資源有効利用を必須項目に設定し、使用量削減を着実に進めています。2008年度の生産高原単位※3（2007年度比）は、グローバルでの2.7%削減に対し、中国エコプロジェクトで取り組みを推進した工場では平均5.1%削減を達成しました。今後も地域特性を考慮しながら目標を設定し、使用量の削減を目指します。

※1 水使用量÷（連結売上高÷日本銀行企業物価指数（電気・電子機器））
※2 水使用量÷連結売上高
（同算定方式による2008年度実績は、2000年度比20%）
※3 水使用量÷生産高

化学物質管理へのアプローチ

基本的な考え方

当社は、ヒトと環境への影響が懸念される化学物質の使用を、製品のライフサイクル全体で最小化するという基本方針に基づき、製品づくりを行っています。

1999年には「化学物質管理ランク指針バージョン1」を発行し管理を徹底してきました。具体的には、特定地域の法規制で使用が禁止されている物質を「禁止レベル1」とし、グローバルに範囲を広げて即時使用を禁止しています。また、現時点では使用禁止の対象でない場合も、環境への影響が懸念される物質については「管理レベル」として製品への使用有無を把握し、中でも懸念が大きい物質については「禁止レベル2」として一部使用を禁止しています。

予防的アプローチを目指した新指針を策定

現在、世界ではEUのREACH規則に代表されるように、2002年の「持続可能な開発に関する世界サミット（WSSD）」で合意した「2020年までにすべての化学物質をヒトの健康や環境への影響を最小化する方法で生産・利用する」という目標に向けて取り組みが進んでいます。

当社は、その背景である1992年のリオ宣言で提唱された「予防的アプローチ」を支持し、化学物質の管理をさらに強化すべく、2009年3月には「化学物質管理ランク指針バージョン6」へ改訂しました。具体的には、当社の製品が含有する化学物質を把握し、その影響評価結果に基づき、懸念の高い物質の使用を削減または廃止するというもので、今後取り組みを加速していきます。

化学物質含有情報の把握－業界横断の取り組みに参画

当社が生産・販売する電気電子製品は、原材料を生産する素材メーカーを起点に、多数の部材・部品メーカーを経る長いサプライチェーンによって成り立っています。WSSDで合意された目標に向けては、このサプライチェーンにおいて、製品に含まれている化学物質情報を円滑に開示・伝達することが重要であり、その仕組みをつくり、普及させていく産業界全体での取り組みが不可欠です。

当社は化学メーカーや部品メーカーから機器メーカーに至る有力企業三百数十社の会員とともにアーティクルマネジメント推進協議会（JAMP）に参加しています。
化学物質管理基準や情報伝達の仕組みを構築して活用するとともに、より広い事業者への普及活動に積極的に取り組んでいます。

化学物質含有情報の把握－当社の購入先様との協働

購入先様にご提供しているe-ラーニングシステムの画面（日・英・中の3ヶ国語に対応）

2004年度より化学物質管理システム「GP-Web」を運用し、当社へ納入いただく部材・部品メーカーである購入先様より、化学物質の含有量データを提供いただいてきました。今後、REACH規則への効率的な対応に向け、2009年7月には、JAMPの提案内容を取り入れたシステム改訂を行い、上流側の原材料メーカー様や部品メーカー様から当社の顧客メーカー様まで共通したルール（フォーマットなど）での情報伝達を推進しております。

それに合わせ、当社の購入先様およびさらに上流に位置する当社と直接お取引のないメーカー様に対して、情報伝達のお願いと説明を効率的に行うべく、インターネット上に化学物質管理に関するe-ラーニングシステム（日英中の3ヶ国語対応）を開設しました。今後もサプライチェーンで化学物質管理の仕組みの普及を図ります。

生物多様性へのアプローチ

北極圏プロジェクト

2008年10月、当社はWWFインターナショナルが推進する「北極圏プロジェクト」をファーストスポンサーとして支援することを発表しました。地球の気温調整器の役割を果たしている北極圏は、気候変動と人為的な開発による影響に直面しています。WWFはこのプロジェクトにより、北極圏の環境保護と生態系の維持を目指し、グローバルな意識啓発や現地の環境分析・調査等を通じた理解促進、北極圏の生態系を適切に維持する取り組みを推進していきます。

WWF北極圏プロジェクトの「共同宣言書」に調印

Panasonic supports WWF's work in the Arctic.
© 1986 Panda symbol WWF
® "WWF" is a WWF Registered Trademark

お客様と協働し、世界のエコスクール等で植樹

2003年よりお客様とともに緑を増やす活動として、エコキャンペーンを展開しています。同キャンペーンでは、製品の環境性能をWEBや宣伝、店頭で分かりやすく訴求し、環境配慮商品を活用いただく大切さをお伝えするとともに、参加型の植樹活動を継続してきました。

2008年度は、「対象商品1台のご購入につき、1本植樹」というエコアイディアキャンペーンを実施し、約70万本(累計約120万本)の植樹を行いました。植樹先は、環境教育に取り組む国際NGO団体FEEと連携し、日本全国32ヶ所の幼稚園や小学校、世界31ヶ国計743校のエコスクールなどです。これからも、省エネルギー性能の高い商品の普及を目指すとともに、お客様と一体となって緑を増やす植樹活動を続けていきます。

ノルウェーのLEAF(野外森林教育を推進するプログラム)/ エコスクール Kirkekretsen skole学校での野外学習

エコスクールとは、国際NGO FEEによる環境学習プログラムです。

企業市民活動（地域社会とともに）

基本的な考え方

パナソニックの企業市民活動は、「育成と共生」を活動理念に掲げ、「次世代育成支援」と「環境」をグローバル重点分野として、社会課題の解決に取り組んでいます。持続可能な社会の実現のために、企業は本業の事業と社会貢献を車の両輪のごとくバランスよく、かつ時代に適応させて進化させていかねばなりません。

次世代育成支援分野や環境分野の課題解決には、市民社会の基盤そのものを強化していく必要があると当社では考えており、持続可能な活動としてグローバルに発展させていくために、私たちの活動を社会の基盤を強化する方向に振り向け、重点的に取り組みを加速します。

当社の企業市民活動をグローバルに展開するために、以下の「グローバル方針」を策定しました。

《パナソニック企業市民活動グローバル方針》

位置づけ	企業の社会投資として、経営戦略の一部に組み込まれるべきものである。 経営トップがリーダーシップを発揮するものである。
取り組み	重点分野は、「次世代育成支援」と「環境」とする。
目指す姿	本社はグローバル戦略を策定・発信し、地域をまたぐ活動を主導する。 地域は、地域戦略と地域活動を主導する。

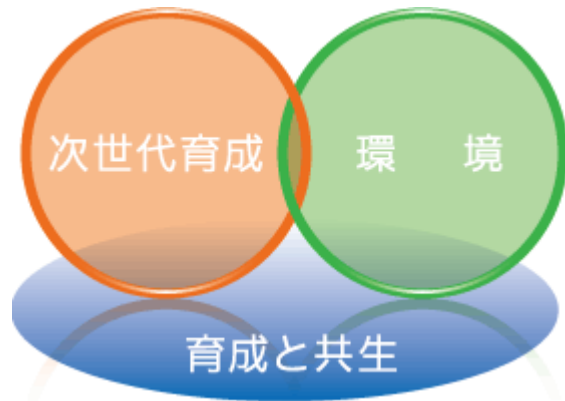
グローバル方針の共有化と徹底を継続し、グローバル企業として、全社員の力を結集し、世界の社会課題解決に向けて行動します。

重点分野

次世代育成支援

次世代育成分野では、本業を活かした独自のプログラム推進をはじめ、出前授業、教育助成、国際交流奨学金制度など、さまざまな取り組みを行っています。いずれも社会の教育基盤強化に対して大きな影響力を持ち、社会から評価されるプログラムに育っています。

日本では、2008年度、小学生を中心に約2万名に対して、モノづくり教育、キャリア教育、理数教育、環境教育の出前授業を実施しました。2009年度には、さらに発展させて、ESD（Education for Sustainable Development：持続可能な開発のための教育）の先進モデルであり世界に向き合える総合的・体系的な環境学習モデルの仕組みを、環境先進県を目指す兵庫県下において構築し、プログラムを開始する予定です。

グローバルなプログラムとしては、小中学生を対象とし、子どもの創造性とコミュニケーション能力を高め、チームワークの重要性を学ぶビデオ制作プログラム、「キッド・ウィットネス・ニュース（KWN）」を20年間継続して展開しています。2008年度は、世界25の国と地域、617校、約8,000名の子どもたちが参加しました。

また、「パナソニックキッズスクール」では、2008年度に日本で実施した環境・スポーツの関連プログラムを、2009年度には海外に展開します。

ニュージーランドでビデオ製作プログラム「キッド・ウィットネス・ニュース」の活動に取り組む子どもたち

北海道でのパナソニックキッズスクール：風力発電機を自作し、風の力をエネルギーとして利用することを体験

環境

環境分野では、地球温暖化、CO_2削減などさまざまな課題に対して、商品やモノづくりのエコアイディアとともに、「ひろげるエコアイディア」として、生物多様性保全を今後の重要な取り組みと位置づけています。

2008年度10月、WWF（世界自然保護基金）インターナショナルと「北極圏プロジェクト」に調印し、ファーストプロジェクトサポーターとして活動がスタートしました。北極圏の環境維持回復、生物多様性保全を目的としたこのプロジェクトには、3年間で45万ユーロを投資しています。

日中韓の3ヶ国のWWFと研究機関が、黄海沿岸地域で活動する市民団体と協働して、黄海の生物多様性保全に取り組む「黄海エコリージョン支援プロジェクト」は、アジアで初のコーポレートサポーターとして2007年度9月にスタートし、7年間で1.7億円を投資しています。2009年1月に、中国北京にて開催した第1期助成先8団体の成果報告会では、地域の子どもたちの環境意識を高める学習として、海洋生物や渡り鳥の生態観察、地域市民の環境啓発のためのフェスティバル開催、など、市民レベルの環境意識啓発向上について報告が行われました。参加した国家海洋局、対象地域の海洋漁業局、UNDP（国連開発計画）とも活動への相互理解を深め、地域、自治体、行政、企業のさらなる連携強化を目指す方向性の確認ができました。2009年度は、中国の社員ボランティアも関わる予定で、活動への社員参画も促進します。

重点地域の地図
（C）WWF/KORDI/KEI

WWF黄海エコリージョン支援プロジェクトの一環で開催された中国河北省秦皇島での環境学習の様子

さらなる企業市民活動の推進

グローバルなニーズの把握

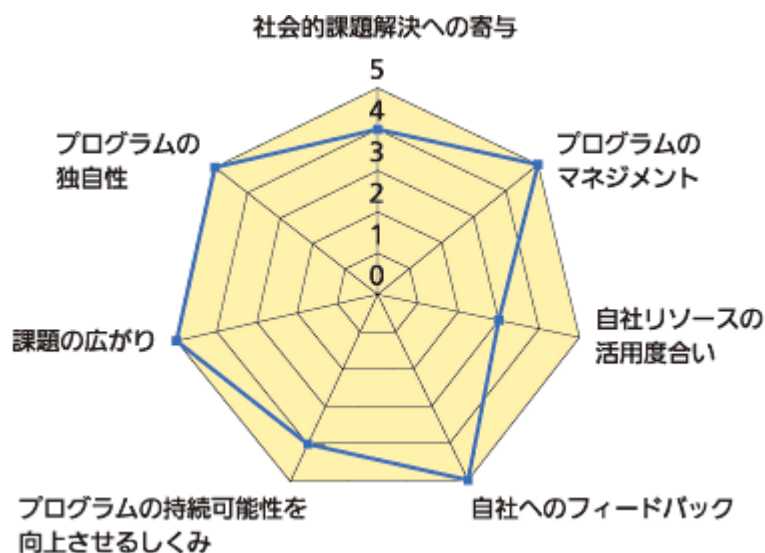
社会課題の把握

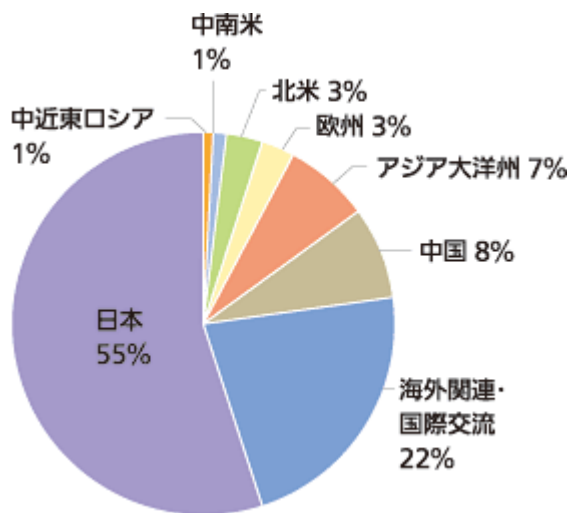
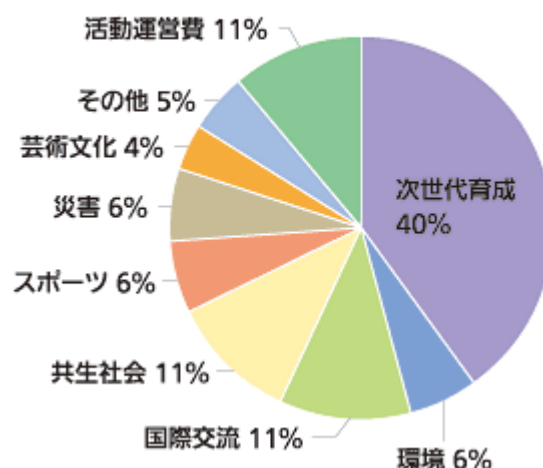
社会課題やニーズは、さまざまなステークホルダーとの対話を最重視して把握するように努めています。そのため、「次世代育成支援」と「環境」両分野において取り組むプログラムは、地域・行政・NPO・教育機関などと連携し、協働して推進するスキームをとっています。

活動の評価方法

私たちの活動の評価方法については、第三者機関の評価などを取り入れながら、7つの評価視点（1. 社会課題解決への寄与　2. プログラムのマネジメント　3. 自社リソースの活用度合い　4. 自社へのフィードバック　5. プログラムの持続可能性を向上させる仕組み　6. 課題の広がり　7. プログラムの独自性）により点数評価を行い、プログラムの改善や選択と集中を進めています。

《7つの評価視点による具体的評価事例（NPOサポート ファンド）》

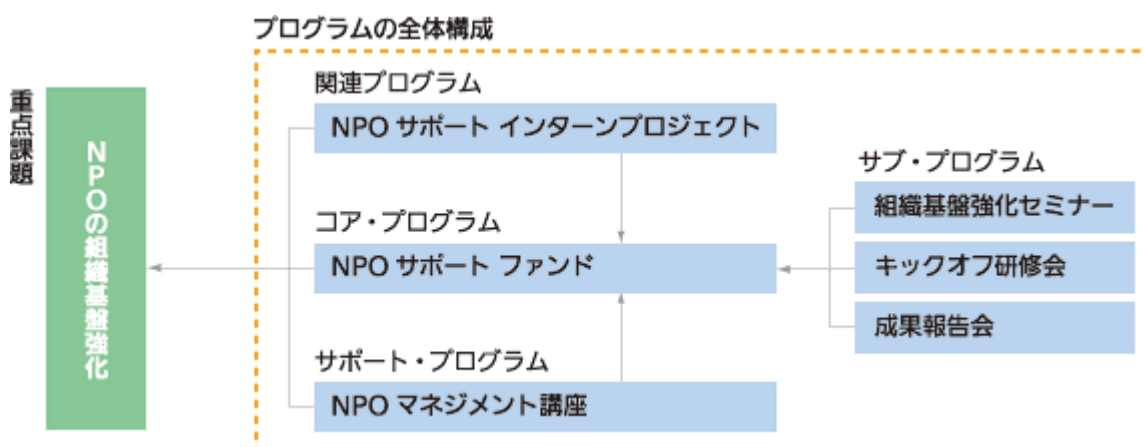
社会的課題解決への寄与
5
4
3
2
1
0
プログラムの
マネジメント
自社リソースの
活用度合い
自社へのフィードバック
プログラムの持続可能性を
向上させるしくみ
課題の広がり
プログラムの
独自性

企業市民活動の支出と評価

グローバル化と多様化が急激に進む中で、社会課題の解決も、グローバルに大きくとらえて推進していくべきものと、各地域主導で取り組むべきものとがさまざまな領域で混在しているため、今後、グローバルレベルでのリソースの適切な配分を実施するために、当社グループ全体の活動実態把握調査を開始しました。2007年度から海外6地域のグループ会社（欧州・北米・中南米・アジア大洋州・中国・中近東ロシア）に対して、毎年1回、各地域の販売会社レベルでの実態を収集し集計しています。

《海外と日本の活動費用支出比率》　　　《分野別構成比(グローバル)》

海外関連の投資比率は2008年度は45%でしたが、2009年度には50%以上、2012年度には70%を目指し、海外事業戦略と車の両輪で、投資地域・規模・タイミングを決定していきます。また、分野別では、重点分野である次世代育成支援が最も高く40%、環境が6%となっています。環境分野については、当年度は「ひろげるエコアイデア」の一環で、グローバルのエコリレー実施などによる、地域の清掃や環境ボランティアなどが中心となっているため、他の分野と比較して投資費用が少なくなっています。今後は、「環境教育」のグローバル展開など、環境分野への投資を強化します。

活動費用に関しては、国内では経常利益の1%以上を目途としていますが、今後はグローバルでそれ以上の支出を目指し取り組みを強化します。

重点プログラムの推進スキーム

重点プログラムは、コア・プログラム、関連プログラム、サポート・プログラムというスキームで、集中的に推進しています。コア・プログラム(重点課題に取り組む主要なプログラム)に、関連プログラム(コア・プログラムに関連する重要テーマに取り組むプログラム)、サポート・プログラム(コアプログラムをサポートするプログラム)を加えて、重点課題の解決をより強力に促進します。

《例》

グローバルコミュニケーションを促進するニュースレターの発行

2008年度からグローバルベースの「コーポレートシチズンシップニュース」を社内で電子配信し、各地域での活動内容を全社で共有するためのプラットフォーム整備を行いました。今まで、地域にとどまっていた活動事例の情報が、グローバルに共有されるようになってきています。各地域のベストプラクティスが、地域間で横展開されることを目指しています。

社内でのグローバルなコミュニケーションを推進するグローバルニュースレター

取り組み

パナソニック スカラシップ

趣旨

パナソニック株式会社は、1918年、松下幸之助創業者が自ら考案したアタッチメントプラグを製造販売することにより始まりました。以来長年にわたって、企業活動を通じて社会生活の改善と向上を図り世界文化の進展に寄与することを使命とし、アジア諸国を始めとする世界各国で各種の電気電子製品の製造販売事業を展開し、今日では国際的総合エレクトロニクス企業として高い評価を得ています。

奨学金制度「パナソニック スカラシップ」は、1998年、創業80周年記念事業として、社会からいただいた長年のご支援に感謝の意を表して創設され、アジア諸国から日本の理工学系大学院修士課程に留学する私費留学生を経済的に支援し、21世紀のアジアをリードし、アジアの発展に貢献し、日本との相互理解、友好親善を促進する若い人材の育成に寄与することを目的としています。

行事と活動状況

※ 社名、部署名、職位などは掲載当時のものであり、現在の情報とは異なる場合があります。

認定式・オリエンテーション

2009年度パナソニック スカラシップ認定式が、4月3日（金）に本社で開催され、大坪社長から23名の新奨学生に認

定証が授与された。

インドからの初めての奨学生を迎えるとともに、ベトナムからの奨学生数を3名に増員した認定式には大坪社長をはじめとする経営幹部、パナソニック スカラシップ(株)の田口社長が出席した。

大坪社長の祝辞

式典の冒頭で、大坪社長は祝辞の中で奨学生全員の認定を祝うとともに、今後の日本に於ける学生生活での心構えとして、「今後日本という文化、日本人の価値観というものを目の当たりにしながら、勉強・研究をすることになるが、グローバルに育つ人材として、異なる価値観、文化と入り交じることを念頭に、日本での新しい生活をスタートさせて欲しい」と助言した。

祝辞を述べる大坪社長

大坪社長の祝辞を聞く奨学生

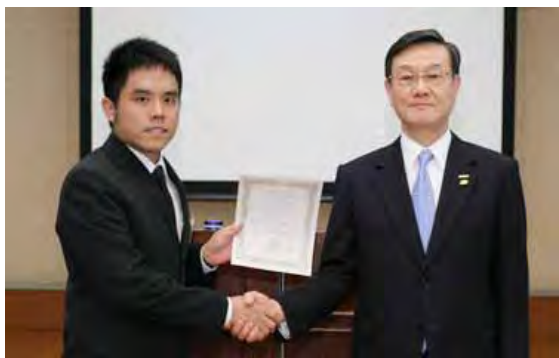
続いて、来日したばかりの奨学生が日本語で自己紹介と決意表明を述べ、大坪社長が奨学生一人ひとりに認定証を授与した後で、改めてそれぞれが表明した決意を、全員で力強く拳を固め確認し合うとともに、お互いの健闘を誓い合った。

尚、今回の認定者を加え、パナソニック　スカラシップの累計奨学生数は278名となった。

日本語で自己紹介、抱負を語るノフリアナさん(インドネシア)

決意を表明する肖亜娜さん(中国)

大坪社長から認定証を授与されたフィルダウスさん(マレーシア)

認定証を授与された龔奕衡さん(台湾)

認定証を授与されたイサランさん（タイ）

大坪社長はじめ経営幹部の皆さんと記念撮影

昼食激励懇親会

大坪社長は式典終了後の昼食懇親会にも参加し、奨学生一人一人と和やかに歓談した。

認定式後の懇親会で大坪社長を囲んで

オリエンテーション

4月2日（木）、認定式に先がけて新奨学生23名を対象にしたオリエンテーションが実施された。奨学金制度の趣旨、その規定と年間行事についての説明がなされ、大学院の入学試験や日本語習得の必要性などについてのアドバイスも同時に提供された。

奨学金の内容を学ぶ奨学生

松下幸之助歴史館を訪問

またパナソニックとの縁を機に、パナソニックへの理解をより深めてもらうために松下幸之助歴史館を訪問し、創業者 松下幸之助の生い立ち、人生観、社会観やパナソニックの歴史について学んだ。

とくに、創業者の人生哲学は、日本での新しい生活のスタートを前にした奨学生にとって、今後の人生における心構えを学ぶ格好の材料となった。

パナソニックの歴史を熱心に学ぶ（歴史館）

歴史館にある創業者 松下幸之助像の前で

進路相談会の開催

2009年9月及び2010年3月に修士課程を修了する予定の奨学生を対象に、「進路相談会」を開催しました。
この相談会は、修士課程修了後に就職か博士課程への進学か、又その中でも日本に残るのか自国に戻るのかなどの進路について、それらを決断する時期やそのための準備や行動についてアドバイスを提供する目的で開催しています。
日本で就職を希望している場合、就職活動そのものを修士課程修了の1年以上も前から始めなければならない日本における就職活動事情がアドバイスを含めて説明されました。又、パナソニックスカラシップの終了生で現在日本の企業に就職されている方と博士課程で研究を続けている方を招き、当時の経験と現状を踏まえたアドバイスを提供しました。
その後の懇親会の場も進路の話題で持ちきりとなり、出席した奨学生はかなり満足気な様子でした。

関西

終了生の経験談を聞く奨学生

終了生からのアドバイス

進路相談会後の懇親会

関東

就職活動について質問する奨学生

奨学生からの質問に回答する終了生

日本の就職システムや博士課程の奨学金について学ぶ奨学生

財団・奨学金

～次代を担う人を育むために～

パナソニックは早くから財団を設立し、教育・奨学金支援、学術功労顕彰など、幅広く人材育成活動に取り組んでいます。それらの団体は、今日も社会にとってなくてはならない存在として、各界の多くの人々に支えられ、日々活動を展開しています。

- **財団法人 パナソニック教育財団**
  1973年に視聴覚教育の振興・普及を主な目的として(財)松下視聴覚教育研究財団として設立。情報・視聴覚教育、メディア教育の振興等、幅広い活動を行っています。

- **財団法人　国際科学技術財団**
  1983年、科学技術の分野で人類の平和と繁栄に顕著な貢献をした人々を顕彰するために設立。科学技術において独創的・飛躍的な成果をあげ、科学技術と人類の進歩に著しく貢献したと認められた人に「日本国際賞」を贈呈しています。

- **財団法人　松下国際財団**
  1988年、松下電器創業70周年を記念して設立。日本と諸外国との国際相互理解の増進と、これに資する国際人の養成を通じて、国際社会に貢献することを趣旨としています。

- **財団法人　松下幸之助花の万博記念財団**
  1990年に大阪で開催された「国際花と緑の博覧会」への協力のため、1988年に設立。1992年には「松下幸之助花の万博記念賞」を創設し、自然と人との共生を推進するすぐれた研究・実践に対して顕彰事業を実施しています。

- **財団法人　霊山顕彰会(りょうぜんけんしょうかい)**
  「明治百年」にあたる1968年、荒廃していた維新の志士ゆかりの霊場である京都東山の霊山の歴史的風土の保全・維持や、日本の伝統精神の継承・振興を目的に設立。1970年には「霊山歴史館」を建設し、一般公開しています。

- **パナソニック　スカラシップ**
  1998年、松下電器創業80周年を記念して奨学金制度「パナソニック スカラシップ」を設立。21世紀のアジアをリードする人材の育成と、日本とアジアの友好親善を目的とし、アジアから日本の大学院修士課程に留学する私費留学生を支援しています。

- **神道大系編纂会**
  日本精神の根源を求めて、古来に伝わる神道文献を学術的に編纂するという国家的事業の大成を目的に1977年に設立。20年の歳月を要して全120巻の神道大系」を編纂刊行。
  2008年11月28日に解散しました。

NPOとの協働

Panasonic NPO サポート ファンド

日本

子ども分野、環境分野で社会課題の解決に向けて活動するNPO・NGOの組織基盤強化を支援するプログラムです。NPOが持続的に成長できるよう、組織基盤強化の取り組みを資金助成だけでなくコンサルティングなども行い、総合的に支援しています。

Panasonic NPO サポート・インターンプロジェクト

日本

NPOの組織基盤強化の支援と大学生の実践的な「学びの場」の提供を目的に、NPOスタッフ向けの経営課題解決のためのマーケティング研修と大学生・院生のインターンシップを組み合わせたプログラムです。

社員参画の推進

ボランティア・市民活動資金支援プログラム

日本

1998年4月、社員やその家族、定年退職者が行っているボランティア活動や市民活動に対し、その活動資金の一部を会社が支援する制度を設けました。社員の積極的な社会参画を推進し、その活動の支援を通じて社会に貢献することを目指しています。
社員が継続的に活動を行っている非営利団体(NPO)に対し、活動全般に関わる費用(機材購入、記念行事開催、事務所運営など)の一部を支援しています。2008年度までに、720件のプログラムに対し総額1億6,202万円の支援をしました。

Panasonic ハートフルクラブ

日本

「もっと簡単に社会貢献活動に参画が出来るプログラムを提供して欲しい」という社員からの声を受けて、2007年3月より社員向け福利厚生の仕組みである「カフェテリアプラン」のメニューの一つとして、社会貢献活動を行うNPO・NGO への寄付メニュー「Panasonicハートフルクラブ」をスタートしました。社員は持ちポイントから支援先を選んで寄付を実践。支援先の活動紹介を通じて社会課題を学ぶ機会にもなっています。
2007年度は7団体に対して403万7267円の寄付を行いました。

芸術文化支援

国際音楽祭ヤングプラハ

チェコ

ヤングプラハ音楽祭は、日本とチェコの共同文化活動として、世界の若手音楽家が、毎夏チェコに集まり各地のすばらしい環境の中でオーケストラ、室内楽、ソロ、合唱付など多彩なコンサートを開催しています。当社はメインスポンサーの1社として1997年より支援しています。

デジタルアート・コンテスト

フランス

パナソニック フランス(株)では、デジタルアートを振興するためにアートコンテストを主催。受賞作品(ビデオとアニメーション)は国際現代アートフェアで展示され、受賞者には賞金やパナソニック製品が贈られました。

災害支援

自然災害や事故災害には、多方面からのサポートが必要です。そこで、パナソニックでは、被災地や政府などに、緊急救済機材や製品、救援支援金を提供するとともに、社員への救援活動や寄付活動の呼びかけを行なっています。

●2008年6月　岩手・宮城内陸地震に対する支援

【支援金】松下電器として、500万円。 寄付先：日本赤十字社岩手県支部250万円、日本赤十字社宮城県支部250万円

●2008年5月　中国四川省大地震災害に対する支援

【支援金】松下電器グループとして、総額約1.9億円（グローバル従業員募金、支援物資等を含む） 寄付先：中国赤十字社

●2008年5月　ミヤンマー・サイクロン被害に対する支援

【支援金】松下電器として、1000万円。 寄付先：ジャパン・プラットフォーム

●2007年12月　バングラデシュ・サイクロン被害に対する支援

【支援金】松下電器として、500万円。 寄付先：ジャパン・プラットフォーム（300万円）、シャプラニール（200万円）

●2007年9月　ペルー地震災害に対する支援

【支援金】松下電器として、500万円。 寄付先：ペルー大使館。

【支援物資】現地初動対応として、乾電池、3万個、3,800ドル相当を寄贈。寄贈先：ペルー政府。

●2007年7月　新潟県中越沖地震災害に対する支援

【支援金】松下グループとして、見舞金3000万円。 寄付先：新潟県災害対策本部。

【支援物資】42インチプラズマテレビ20台、扇風機100台、延長コード200本、1000万円相当を避難所へ設置。寄贈先：新潟県災害対策本部。

●2007年4月　能登半島地震災害に対する支援

【支援金】松下電器として、300万円。寄付先：見舞金として、石川県共同募金会に150万円。災害ボランティア活動資金として、中央共同募金会に150万円。

●2006年6月　インドネシア・ジャワ島中部地震　被災者・被災地支援

【支援金】松下電器とパナソニック・アジアパシフィック（株）より、総額4595万円。寄付先：ジャパ・プラット・フォーム1000万円。日本ユニセフ1000万円。日本赤十字673万円。各国赤十字1922万円。

【支援物資】インドネシアにある松下電器グループより、乾電池2万個、懐中電灯 500本、ラジオ2000台、テレビ50台。

●2006年3月　フィリピン・レイテ島　地すべり被害に対する支援

【支援金】松下電器として、500万円（215.5万ペソ） 寄付先：レイテ島Maasin教会。フィリピンにおける松下グループとして110万円（50万ペソ） 寄付先：フィリピン社会福祉開発省。

●2005年10月　パキスタン地震　被災者・被災地支援

【支援金】松下電器グループとして、国内外従業員募金と会社のマッチング寄付で、4855万円。寄付先：日本赤十字。別途、経団連に300万円、関経連に30万円の 募金対応。

●2005年8月　米国ハリケーン・カトリーナ　被災者・被災地支援

【支援金】松下電器グループとして、国内外の従業員募金と会社のマッチング寄付で、総額100万ドル（1億1400万円）。寄付先：米国「ブッシュ・クリントンFund」（50%）、米国赤十字社 （50%）。 別途、経団連に200万円、関経連に30万円の募金対応。

●2005年3月　福岡県西方沖地震災害支援

【支援金】松下電器として、２００万円。寄付先：福岡市災害対策本部。

●2004年12月　スマトラ島沖地震・インド洋大津波　被災地支援

【支援金・支援物資】松下電器グループの支援総額は、1億6,938万円相当。国内外の従業員募金と会社のマッチング寄付で、1億1208万円。 寄付先：タイのユニセフ。別途、経団連に2000万円、関経連に100万円の募金対応。アジア地域各社より、乾電池20万個、懐中電灯2万個、非常用食料などの支援 3630万円相当。

●2004年11月　新潟県中越地震災害支援

【支援金】松下電器グループとして、3300万円。寄付先：新潟県災害対策本部3000万円。小千谷市300万円。

●2004年10月　兵庫県台風23号災害

【支援物資、他】毛布600枚、電池2000個、スコップ150本、長靴150足、一輪車90台、ホース50本。床上浸水被害端末修理対応。土日ボランティア50名。

●2004年7月　新潟県豪雨災害支援

【支援金】松下電器として、300万円。寄付先：新潟県災害対策本部。

●2004年7月　福井県豪雨災害支援

【支援金】松下電器として、300万円。寄付先：福井県災害対策本部。

これまでの歩み

パナソニックの社会貢献活動の歴史は古く、1960年代にさかのぼります。以来、今日にいたるまで、より良き社会づくりに向けて、グローバルに、さまざまな活動を展開してきました。

主な受賞歴

（社）企業メセナ協議会より：

- グローブ座への支援で「メセナ賞」（1993年）
- 阪神アートプロジェクトへの支援で「メセナ企画賞」（1997年）
- PMF（パシフィック ミュージック フェスティバル）への協賛で「メセナ育成賞」（1999年）
- 子供のためのシェイクスピア公演シリーズの開催でメセナアワード2004「児童文化賞」（2004年）

朝日新聞文化財団より：

- 企業の社会貢献度「大賞」（1996年）
- 企業の社会貢献度「障害者雇用賞」（1997年）

厚生労働省より：

- 手話通訳士試験支援で「厚生労働大臣賞」（2003年）

キッズデザイン協議会より：

- KWNで第1回キッズデザイン賞（2007年）

NPO）パートナーシップ・サポートセンターより：

- NPO)地球と未来の環境基金との「環境NPOの組織基盤強化支援事業」に対し、「第6回パートナーシップ賞」を受賞（2008年）

兵庫県社会福祉協議会より：

- NPOたかとりコミュニティーセンターとの協働事業に対し「企業・NPO協働奨励賞」（2008年）

2000年代の代表的な活動

- 「子ども・環境　サポーターズ☆マッチング基金」2001年 創設
  2006年名称変更 「Panasonic NPO サポートファンド」
- OBPアーツ プロジェクトの実施
- 子ども向けワークショップ「パナソニックわくわく体験ディスカバリー」実施
- WWF黄海エコリージョン支援プロジェクト　スタート
- 出前授業　開始（環境教育、キャリア教育、理数教育）

CSR調達の推進（購入先様とともに）

「CSR実践企業となる」×「CSR実践企業と取引する」

役員
調達本部長、グローバルロジスティクス本部長、
トレーディング社担当
板﨑　康二

当社の調達活動におけるCSRの実践は、購入先様の皆様とのパートナーシップに支えられています。これまでも、当社「調達方針」、購入先様にCSR項目の順守をお願いする「購入先様へのお願い」、また公平かつ公正な調達活動を謳う「クリーン調達宣言」を基本的な考え方として、自らを律し、購入先様に対しても賛同と実践をお願いしてきました。

2007年以降、世界の各地域でCSR調達説明会を実施、考え方の理解・浸透に努めてきましたが、昨年11月には、従来の「主要メーカー社長様懇談会」を一新した「パナソニックエクセレントパートナーズミーティング」を開催。当社および購入先様のトップが集い、当社のCSRの考え方を改めてご理解いただくとともに、購入先様からもご提言や活動のご紹介をいただき、ベストプラクティスの共有による相互研鑽の場としました。

今後とも、世界のお客様に安心してお取引いただけるよう、パナソニックのモノづくりを支える調達部門として購入先様とのパートナーシップを促進、ともに「社会の公器」を実践していきます。

CSR評価制度と各分野での取り組み

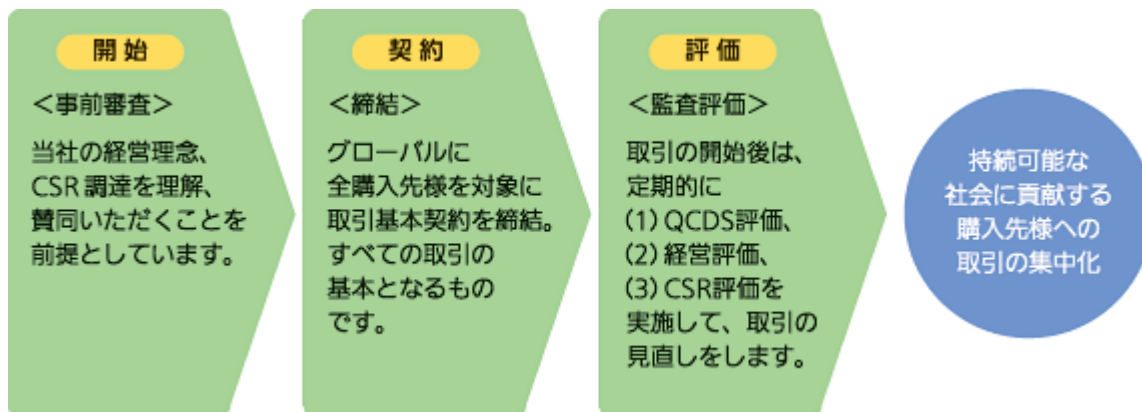
当社は、技術・品質に優れCSRを実践する購入先様への取引の集中を進めており、主要購入先様への発注比率は70%を超えています。取引開始にあたっては、当社の経営理念、CSR調達を理解・賛同いただくことを前提としています。そして、グローバルで全購入先様を対象に、取引基本契約を締結して取引を開始。その後は定期的に（1）QCDS評価、（2）経営評価、（3）CSR評価を実施して、取引の見直しを実施しています。

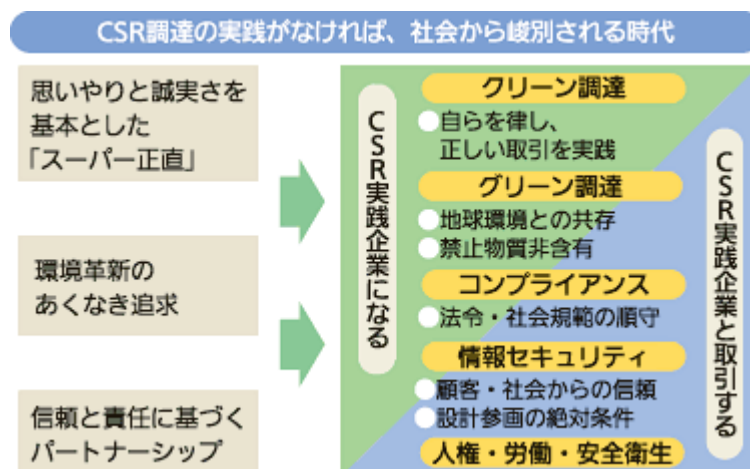
《取引開始、見直しプロセス》

開始
＜事前審査＞
当社の経営理念、CSR調達を理解、賛同いただくことを前提としています。

契約
＜締結＞
グローバルに全購入先様を対象に取引基本契約を締結。すべての取引の基本となるものです。

評価
＜監査評価＞
取引の開始後は、定期的に（1）QCDS評価、（2）経営評価、（3）CSR評価を実施して、取引の見直しをします。

→ 持続可能な社会に貢献する購入先様への取引の集中化

万一、購入先様が取引基本契約のCSR条項に違反した場合は、速やかに改善対応を実施し、報告を求めていますが、内容によっては取引の縮小・停止という対応も行っています。
CSR調達の考え方に関しては、2007年に世界各国・地域で説明会を開催し4366社にご参加いただいて、ご理解を得ました。

《CSR調達概念図》

「グリーン調達」については、2004年度から「環境品質保証体制監査」を継続的に実施しています。その取り組みを経て、RoHS指令対応は期日の半年以上前の2005年10月にグローバルで対応を完了しており、現在は、REACH規則への対応を進めています。
公平・公正な取引の自主宣言である「クリーン調達」については、当社の考え方をお伝えし、ご理解いただくために2008年に国内購入先様約5,000社に向けて再度発信しました。
事業活動の前提であるコンプライアンスについては、日本国内における下請法、グローバル調達における関税法など各国・地域の関連法令および社会規範を順守して、公正かつ自由な競争を尊重した調達活動ができるように、継続的に社内教育や監査による徹底を行っています。
また、購入先様との設計・開発段階からの密接な連携に不可欠なのが「情報セキュリティ」の確保であり、特に機密情報を共有する購入先様に対しては、漏洩が起こらないようにするために当社と同等レベルのセキュリティ確保を要請しています。機密情報を共有するグローバル約1,000社のうち、2008年までに日本国内の購入先様での機密情報共有先の所定レベル確保を実現、現在は海外の購入先様への取り組みを進めています。
「人権・労働・安全衛生」については、取引基本契約などで従業員の人権に関して(1)雇用機会均等、(2)差別的処遇の排除、(3)プライバシーの尊重、(4)従業員との良好な関係の維持などを購入先様に要請。また強制労働、児童就労、不法就労の禁止などの関連法令の順守のほか、従業員の健康で安全な労働環境の整備も求めています。

購入先様からのご意見

パートナーシップで社会に貢献

株式会社　村元工作所　会長
村元信吾様

当社は、パナソニック様に映像・車載オーディオ部品を中心に、日本、東南アジア、米国、チェコにて現地生産を基本にしてグローバルな体制でお取り引きさせていただいております。

当社は、パナソニック協栄会のメンバーであり、パナソニック様のCSR調達方針に基づくグリーン調達、コンプライアンス、情報セキュリティ、人権・労働・安全衛生を実践する企業として活動しております。
これらの活動の見える化として、QCサークル品質改善活動、コスト低減合理化活動、CO_2削減活動、安全衛生管理、CSR順守などに取り組んでおり、全パナソニックQCサークル大会にて銀賞を受賞、先般のパナソニックエクセレントパートナーズミーティングにてSCM貢献優秀賞を授与されました。
昨年の具体的な活動としては、日本では2拠点で製造していたプラズマバックカバーの生産を集約し一貫製造新工場を稼働させ、コストの合理化と環境にやさしいモノづくりを開始しました。

パナソニック様には、これからも豊かなくらしをつくるアイディアや夢や「エコ」を盛り込んだ製品を提供いただくことを期待するとともに、それらのお手伝いを引き続きできることが当社の社会貢献の一つと考えております。

調達方針

購入先様は、お客様に満足をお届する商品・サービスづくりのパートナーです。パナソニックの調達についての基本的な考え方をご紹介します。

1. 購入先様と一体となった調達活動

購入先様は、真にお客様の求める商品づくりを主体としたあらゆるサービスのパートナーであり、相互の信頼、研鑽、協力のもと、求められる機能・価値を創造してまいります。

購入先様の選定にあたっては、以下の条件を考慮して、公正に評価選定させていただきます。

1. 要求を満たす品質や安全性の確保
2. 競争力のある価格対応力
3. 指定納期の順守
4. ITを駆使した変化対応力
5. 優れた技術・開発力
6. 安定した経営基盤
7. 環境への配慮
8. 法令・社会規範の順守
9. 重要情報の機密保持
10. 人権や労働安全衛生などへの配慮

2. VE調達の実践

部材・商品の市場動向や新技術・新材料・新工法等、購入先様との情報窓口としての役割を果たし、情報収集を行い、関連部門への提供・共有をいたします。

また、購入先様および企画・デザイン・研究開発部門等関連部門と先行対処で連携をとり、商品開発の段階からアフターサービスに至るまでの各段階において積極的に参画と提言を行い、商品力の強化に貢献してまいります。

3. 品質・安全性の確保

品質自主保証の考え方に基づき、購入する部材・商品の果たすべき機能・規格等の要求品質を開発段階より明確にし、購入先様に品質確保と維持を要請してまいります。

また、工程での品質のつくり込みにより、品質自主保証体制の確立を要請してまいります。

4. 原価低減活動の推進

お客様に受け入れられる商品価値の創造と価格の実現のために、材料費や加工費のみならず、トータルコストの低減に努めます。また、その実現のために購入先様と一体になって、新材料、新工法の開発やVEなどを推進してまいります。

5. リードタイムの短縮による最適調達の実現

市場のニーズの変化に柔軟に対応できるように調達および新製品の開発・生産・事務処理等のリードタイム短縮を関連部門との連携により推進いたします。

6. グリーン調達による地球環境との共存

地球環境に配慮した部材・商品を優先的に調達するとともに、環境負荷の少ない新材料・新部品の開発を推進しグリーン調達を実現いたします。

7. グローバル調達の推進

部材の現地調達を通じて事業場の所在する国に貢献するとともに、最適品質・価格に加え長期的な取引を念頭に入れた購入先様とのパートナーシップを築いてまいります。また、グローバルでの生産活動に対応した情報ネットワークを構築し、柔軟かつ迅速な対応を図ってまいります。

8. 法令・社会規範の順守

各国の法令および社会規範を順守し、公正かつ自由な競争を尊重して誠実に調達活動を推進いたします。

9. 情報の活用と情報セキュリティの確保

経営上有用な情報の適切な収集活用を推進するとともに、入手した情報の適正な管理・活用と廃棄を進めます。他社情報などについて必要性を十分吟味のうえ受け取り、機密の保持と漏えいの防止に万全を期します。

10. 人権・労働・安全衛生

社員および購入先様の人権に配慮し、またその労働環境や・安全衛生を守りつつ調達活動を推進いたします。

購入先様へのお願い

パナソニックが事業活動を推進する上で購入先様とのパートナーシップは不可欠のものです。その推進においては、サプライチェーンとして社会的責任（CSR）を果たす取り組みが求められています。

購入先様においても、以下のCSR項目について順守いただきますようお願いいたします。

1. クリーン調達への賛同

パナソニックの示す「公平かつ公正な調達活動（クリーン調達宣言）」に賛同し、公平かつ公正な取引をお願いいたします。

2. 品質・製品安全の確保

パナソニックグループ事業場との取引基本契約および個別契約にて要求する品質および製品安全性の確保をお願いいたします。また、品質保証書に示す品質保証体制の確立と順守をお願いいたします。

3. 環境への配慮（グリーン調達）

地球環境の保全と環境マネジメントを積極的に行い、パナソニックの推進するグリーン調達の方針に従い納入活動をお願いいたします。

4. 法令・社会規範の順守、公正な取引

パナソニックグループ事業場との取引基本契約に基づき、法令および社会規範の順守をお願いいたします。

5. 情報セキュリティの確保

パナソニックでは、お客様が安心して付き合えるグローバル企業として、適正な情報セキュリティを推進し、お客様の情報、個人情報、技術・品質・製品・サービス等の情報資産を正しく取り扱い管理することにより、企業の社会的責任を果たしてまいります。そのために、購入先様に対しても当社と同様のセキュリティレベルへの到達をお願いいたしたく、情報セキュリティ基準を提示させていただきます。

また、今後より深く広範なパートナーシップを結んでいくためには、情報セキュリティの確保は必須であり、社会的な要請でもある点をご理解いただきますようお願いいたします。

お取引先様向け情報セキュリティ基準Ver. 1.2をご覧いただけます。
（PDF:190KB）
http://panasonic.co.jp/procurement/data/securitykijun1_2.pdf

自主チェックシート Ver. 1.9をご覧いただけます。
（EXCEL:72KB）
http://panasonic.co.jp/procurement/data/jchecksheet1_9.xls

6. 人権や労働安全衛生への配慮

強制労働、児童就労、外国人労働者の不法就労を行なわないとともに、賃金・労働条件を含む従業員の雇用条件や安全衛生基準は、事業活動を行なう国や地域の法令への準拠をお願いいたします。

7. 社会貢献

経営資源を活用したコミュニティへの支援を通じて、国際社会・地域社会の発展に貢献する活動の積極的な推進をお願いいたします。

クリーン調達宣言

1. 公平かつ公正な取引関係

私たちは、「企業は社会の公器である」という考えを基軸とする経営理念に基づき、調達のプロセスに「私」を入れないという認識を持ち、定められた方針や手順に従って、グローバルな購入先様と公平かつ公正な取引を行います。

2. 購入先様の選定

私たちは、物品・サービスの調達に際しては、法令・社会規範の順守、当社の経営理念や行動基準への賛同に加えて、次の調達基準などに沿って公平な競争機会を提供し、購入先様を公正に評価、選定します。

- 要求を満たす品質や安全性の確保
- 競争力のある価格対応力
- 指定納期の順守
- ITを駆使した変化対応力
- 優れた技術・開発力
- 安定した経営基盤
- 環境への配慮
- 法令・社会規範の順守
- 重要情報の機密保持
- 人権や労働安全衛生などへの配慮

3. 正しい調達活動の実践

購入先様との関係については、「より厳しい節度・倫理観」が求められており、公平な競争原理が働く健全な関係を構築するため、物品・サービスの調達にあたっての行動規範を次に掲げます。

- 会社が定める行事を除いては、購入先様から会食の接待を受けません。会費制もしくは費用の双方負担(会社負担)の会食も同様です。
- 会社が定める行事を除いては、購入先様とのゴルフ・旅行等を行いません。会費制もしくは費用の双方負担(会社負担)のゴルフ・旅行等も同様です。平日(ウィークディ)の購入先様とのゴルフ・旅行は行いません。
- 「中元・歳暮」等の贈答品を受取りません。
- 金銭(「祝儀」等を含む)、小切手、商品券、図書券等を受取りません。
- 購入先様の未公開株、インサイダー情報をもとにした株式の取得等は絶対に行いません。
- 購入先様の製品の割引斡旋によるご提供を受けません。
- その他個人的な利益供与を受けると認められる行為は致しません。

罰則

弊社社員が上記事項に違反した場合は、社員就業規則に照らし、懲戒解雇を含む厳正な対処を行います。

4. 購買オンブズマン「フェア・ビジネス・ホットライン」の設置

私たちの行為が、法令・規則、購入先様との契約、パナソニックの「行動基準」、あるいは上記調達の行動規範に違反が生じている、または、生じようとしている疑いのある場合、その事実について可能な限り具体的に以下の方法にて通報をいただきますようお願いします。

1. ご通報の方法

- ご通報に関しては、貴社名、ご通報者のご氏名を明示ください。
- ご通報については、原則として電子メールにてお願いします。
- 事前に、情報の取り扱いに関する2,3項の内容をご確認の上、ご通報をお願い致します。

宛先

電子メール

電子メールによるご通報について
http://panasonic.co.jp/procurement/03_02.html

封書でご通報いただく場合

〒571-8501　大阪府門真市大字門真1006番地
パナソニック株式会社　ホットライン担当室
室長　高橋雅彦

2. ご通報ならびに個人情報に対する対応

- ご通報内容ならびに個人情報は、ホットライン担当室長の高橋ならびに指名を受けた限定されたメンバーのみが受信し、対応します。
- ご通報内容の事実を確認の上、早急に対応を図らせていただきます。
- 原則として、対応結果を個別にはご報告致しませんのでご容赦願います。
- いただきました情報(含、個人情報)につきましては、本件の対応にのみ、使わせていただき、第三者への開示はいたしません。
- 開示対象個人情報の利用目的の通知、開示、訂正、追加または削除、利用または提供の拒否権の窓口は、上記ホットライン担当室 室長 高橋とさせていただきます。

3. 通報による不利益の禁止

- 私たちは、購入先様との取引を、公平・公正に行うことを方針と致しております。
- 不正の目的なく通報された場合は、その事自体を理由として、不利益な取扱いを一切行いません。

取り組み

パナソニックエクセレントパートナーズミーティングで思いを共有

2008年11月7日に、国内外のサプライヤー229社から304名（うち海外からは19社、26名）の皆様のご出席のもと、パナソニックエクセレントパートナーズミーティングを開催しました。この会合は、従来の「主要メーカー社長様懇談会」を進化させたもので、直接材料を扱うメーカーだけでなく、商社やロジスティクスなどのさまざまなパートナー企業からグローバルに参加いただく会合としたものです。当社の調達活動に関する考え方をご理解いただくとともに、双方向の意見交換を通じて、社会に貢献する道を一緒に考えていく場としました。

この席上、当社大坪文雄社長から、経営戦略と取り組み、社名変更・ブランド統一に込めた思いを含めてご紹介しました。その中で、特に購入先様との関係では、モノづくりイノベーションには、購入先様の協力により新たな発想が引き起こされ、新部材・新工法が生まれる点を強調し、協力を呼びかけました。
次に、調達本部長の板崎役員がパナソニックグループの調達の考え方について説明をし、今回の会合が、1. 購入先様に対する最高の行事、2. グローバルに購入先様の責任者に参加いただくものであること、3. 当社の考え方をご理解いただくとともに、購入先様からのご意見もお聞きする双方向の会議であるという新たなコンセプトでの開催を表明しました。
そして、購入先様とパートナーシップを強化する新たな取り組みとして、特に顕著な貢献をいただいたエクセレントパートナーに対する表彰を実施しました。パートナーシップ構築に向けたPDCAサイクルのC（Check）を実践するために、購入先様の活動事例を定期的に評価・共有していくためのものです。
今回の表彰では、技術開発、品質、環境、サプライチェーン、原価改善、の5つの分野でそれぞれ優秀賞・優良賞を贈呈、さらにそれらの中で最も高い貢献をいただいた企業には、ベストパートナー賞を贈呈しました。2009年度からは、新たにスタートする地球環境貢献と合理化を協働して実践する「ECO・VC活動」の成果もこの場で共有していきます。

今後、この会合をさらに発展・進化させることで、優秀な購入先様とのパートナーシップの確認と事例共有を図り、世界の皆様のお役に立つグローバルエクセレンスをともに目指していきます。

国内外のサプライヤー229社に参加いただいたパナソニックエクセレントパートナーズミーティング

ベストパートナー賞の贈呈

受賞風景

CO_2削減とECO・VC活動の展開

CO_2の削減は、地球環境にとって喫緊の課題です。パナソニックでは積極的に推進をしていますが、サプライチェーンにおいても取り組みを展開しています。

2007年度に、主要外注先であるパナソニック協栄会の会員企業に呼びかけてトライアルスタートしたCO_2削減活動は、2008年度に102社すべての会員企業の取り組みに発展いたしました。
また今年度より、グローバルにすべての購入先様と一体となり「CO_2削減」と「商品力の強化」を目的とした「ECO・VC活動」をスタートさせました。当社の商品に組み込む部材・部品について、省資源、省電力リサイクル、新素材の開発、輸送手段の改善などに着目して活動いただき、エコ商品のさらなる進化を目指していきます。

鉄道コンテナを活用した異業種間共同輸送

当社と住友電気工業株式会社様は、お互いの貨物輸送の特長を活かし、2008年12月より当社所有の31フィートコンテナを活用した共同輸送をスタートさせました。これにより、従来は液晶テレビを宇都宮の製造工場から大阪の物流拠点までトラックで輸送していましたが、トラックと鉄道による輸送に転換しました。大阪からの帰り便には当社グループの取引先様である住友電気工業株式会社様の電線材料を輸送。この定期輸送便の導入により、輸送コストはほぼ同じで、往復それぞれ100トンのCO_2削減を実現しました。
これは異業種との連携によるCO_2削減という新しい取り組みの第一歩となり、今後のさらなる展開が期待できます。

住友電気工業株式会社様の電線材料を当社所有のコンテナに積み込んで出発するトラック

REACH規則への取り組み

欧州において、あらゆる化学物質について事業者に登録を義務づけるREACH規則がスタートしています。これはすでに導入され対応をしている特定禁止物質対象のRoHS指令と違い、すべての化学物質と使用製品が対象となり、その安全使用のために、サプライチェーンでの化学物質の含有、有害性情報の伝達共有を原材料から完成品まで調査把握し、高懸念物質（SVHC：人体への毒性、発がん性、蓄積性の高い物質）の届出、開示が必要になります。

当社では、REACH規則順守にとどまらず、SVHC候補物質すべての含有把握を目指すアーティクルマネジメント推進協議会（JAMP）に参画し、調査を開始しています。公開している「化学物質管理ランク指針」には、すでにSVHC候補物質すべてを管理物質に加え、サプライチェーン上流での含有把握とその情報伝達を呼びかけるとともに、エキストラネット情報システム（GP・Web）を通じて情報収集・データベース化を図りつつ、当社製品に含まれる化学物質の管理に取り組んでいきます。

製品安全性問題のご報告

FF式石油暖房機事故への対応状況

FF式石油暖房機事故に関しまして、市場対応にご支援・ご協力いただいているすべての関係先様に心より御礼申し上げます。

当社は2005年に、FF式石油暖房機の事故により緊急命令を受け、全社挙げての市場対策を開始してから四度目の暖房シーズンを終えようとしていますが、引き続き「新たな事故を二度と起こさない」ための取り組みを「FF市場対策本部」を中心に進めています。

2008年度は活動範囲を全国に拡大し、「FF市場対策本部」の社員を中心に、いまだ把握できていない製品の捕捉のための探索活動（「草の根ローラー活動」）や、点検・修理済みのお客様に対する回収促進、暖房シーズン前の製品の状態確認などに取り組んできました。「草の根ローラー活動」では、(1)廃校の調査、(2)廃スキー場およびその周辺の宿泊施設の調査、(3)流通名簿の再調査、(4)過疎地・限界集落の地域を特定し全戸を巡回調査する活動などに重点的に取り組みました。2008年度は約12万箇所を巡回し、73台の現品を発見し、886台の廃棄を確認しました。本部が発足した2006年5月からの累計では、調査件数が約105万箇所となりました。

また、引き続き暖房シーズンに入る時期とシーズンの終わる時期を中心に、全国規模のテレビ・ラジオのCMや新聞告知、新聞折り込みチラシなど、さまざまな告知徹底も実施しました。
2008年度での名簿増加は1,778台となり、そのうち現品の発見が423台、廃棄確認によるものが1,355台でした。

今なお毎月現品が発見されており、中には対象製品と気づかずに未処置のまま使用されていたお客様もおられ、予断を許さない状況が続いています。引き続き、関係先様のご支援、ご協力をいただきながら、最後の1台まで探し出す覚悟で、探索活動に取り組んでまいります。

全該当機種への対応状況は、下表のとおりとなっています。

《市場対策の進捗状況（2009年3月31日現在）》

（単位：台）

年月日	2009年3月31日
販売台数	152,132
名簿把握	112,506
1. 買替・廃棄済	35,677
2. 回収または点検及び改修対象	76,829
(1) 回収	76,004
(2) 確認済	806
(3) 確認残	19

2009年3月31日現在　名簿把握率 74.0%

USBモバイル電源「ポケパワー」
—事故防止のための「リコール社告」実施—

2007年6月から2008年1月までの期間に製造したUSBモバイル電源「ポケパワー」（品番：BQ-600）について、発熱事故が発生しました。火傷などの人的被害には至っていませんが、事故防止のためにリコール社告を実施し、無料で代替品への交換を行っています。

製品の製造工程において、基板分割時にチップセラミックコンデンサに過剰なストレスがかかる場合があり、それにより微小な亀裂が発生し、その結果、使用中に、チップセラミックコンデンサの絶縁性能が低下し、異常発熱に至る可能性があることが判明しました。その発熱により、本体樹脂ケースの一部溶融と変形にいたる可能性があると判断しました。

このように事故原因を特定し、再発の可能性があると判断したため、この製品について事故防止のためにリコール社告を行いました。対象製品をお持ちのお客様には、お買い求めの販売店または当社USBモバイル電源対応窓口が、無料で代替品交換を実施しています。

お客様には大変ご迷惑をおかけしますが、ご理解とご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

お問い合わせ先

USBモバイル電源対応窓口 フリーダイヤル（無料） 0120-660-648

企業情報

パナソニックグループは、国際的なエレクトロニクス企業として、各種の電気製品の生産、販売を中心とした事業活動を行っています。今日では、事業領域も高度なエレクトロニクス技術を基盤として、家庭用、事務用、産業用の広範な製品、システム、部品等に加え、住宅等に拡大しています。

2009年3月31日現在

会社名	パナソニック株式会社（Panasonic Corporation）
本社所在地	〒571-8501　大阪府門真市大字門真1006番地 （1006, Kadoma, Kadoma City, Osaka 571-8501, Japan） 電話番号：06-6908-1121（大代表）
取締役社長	大坪 文雄（Fumio Ohtsubo）
設立	1935年（昭和10年）12月15日
創業	1918年（大正7年）3月7日 ※ 当社創業者　故松下幸之助（当時23歳）が、自身で考案したアタッチメントプラグを幸之助、妻、義弟の3名で製造販売を開始した時を創業としています。
事業内容	部品から家庭用電子機器、電化製品、FA機器、情報通信機器、および住宅関連機器等に至るまでの生産、販売、サービスを行う総合エレクトロニクスメーカー
資本金	2,587億4,000万円
連結売上高	7兆7,655億円
従業員数（連結）	292,250人
連結対象会社数	539社

平成21年3月期　決算短信［米国会計基準］

平成21年5月15日

上場会社名　パナソニック株式会社　上場取引所　東証・大証・名証第一部
コード番号　6752　URL　http://panasonic.co.jp/
代表者　（役職名）取締役社長　（氏名）大坪　文雄
問合せ先責任者　（役職名）役員 財務･IRｸﾞﾙｰﾌﾟ ｸﾞﾙｰﾌﾟﾏﾈｰｼﾞｬｰ（氏名）河井　英明　TEL　(06)6908-1121
定時株主総会開催予定日　平成21年6月25日　配当支払開始予定日　平成21年6月1日
有価証券報告書提出予定日　平成21年6月26日
米国会計基準採用の有無　有

（百万円未満四捨五入）

１．平成21年3月期の連結業績（平成20年4月1日～平成21年3月31日）

(1)連結経営成績　（%表示は対前期増減率）

	売上高		営業利益		税引前利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
21年3月期	7,765,507	(△14.4)	72,873	(△86.0)	△382,634	(－)	△378,961	(－)
20年3月期	9,068,928	(△ 0.4)	519,481	(13.0)	434,993	(△0.9)	281,877	(29.8)

	1株当たり当期純利益		潜在株式調整後1株当たり当期純利益		株主資本当期純利益率	総資産税引前利益率	売上高営業利益率
	円	銭	円	銭	%	%	%
21年3月期	△182	25	△182	25	△11.8	△5.5	0.9
20年3月期	132	90	132	90	7.4	5.7	5.7

（参考）　持分法による投資利益　21年3月期　16,149百万円　20年3月期　△9,906百万円

(2)連結財政状態

	総資産	株主資本	株主資本比率	1株当たり株主資本	
	百万円	百万円	%	円	銭
21年3月期	6,403,316	2,783,980	43.5	1,344	50
20年3月期	7,443,614	3,742,329	50.3	1,781	11

（注）株主資本の金額は、米国会計基準に従い表示しています。

(3)連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動によるキャッシュ･フロー	投資活動によるキャッシュ･フロー	財務活動によるキャッシュ･フロー	現金及び現金同等物期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
21年3月期	116,647	△ 469,477	148,712	973,867
20年3月期	466,058	△ 61,371	△ 203,548	1,214,816

２．配当の状況

（基準日）	1株当たり配当金										配当金総額（年間）	配当性向（連結）	株主資本配当率（連結）
	第1四半期末		第2四半期末		第3四半期末		期末		年間				
	円	銭	円	銭	円	銭	円	銭	円	銭	百万円	%	%
20年3月期	－	－	17	50	－	－	17	50	35	00	73,871	26.3	1.9
21年3月期	－	－	22	50	－	－	7	50	30	00	62,124	－	1.9
22年3月期（予想）	－	－	5	00	－	－	5	00	10	00		－	

（注）株主資本配当率の計算は、米国会計基準の株主資本の金額を用いて計算しています。

３．平成22年3月期の連結業績予想（平成21年4月1日～平成22年3月31日）

（%表示は、通期は対前期、第2四半期連結累計期間は対前年同四半期増減率）

	売上高		営業利益		税引前利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
第2四半期連結累計期間	3,260,000	(△24.9)	△105,000	(－)	△195,000	(－)
通期	7,000,000	(△ 9.9)	75,000	(2.9)	△95,000	(－)

当社株主に帰属する当期純利益※　第2四半期連結累計期間 △195,000百万円　通期 △195,000百万円
1株当たり当社株主に帰属する当期純利益※　第2四半期連結累計期間 △94円17銭　通期 △94円17銭
※「当社株主に帰属する当期純利益」は、平成21年3月期までの「当期純利益」と同じ内容です。

４．その他

(1)　期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）　　無

(2)　連結財務諸表作成に係る会計処理の原則・手続、表示方法等の変更（連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項の変更に記載されるもの）

① 会計基準等の改正に伴う変更　　無

② ①以外の変更　　無

(3)　発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）　21年3月期　2,453,053,497株　20年3月期　2,453,053,497株

② 期末自己株式数　21年3月期　382,411,876株　20年3月期　351,936,341株

③ 期中平均株式数　21年3月期　2,079,296,525株　20年3月期　2,120,986,052株

（注）１株当たり当期純利益の算定の基礎となる株式数については、連結財務諸表注記 2 の「１株当たり情報」をご覧ください。

（参考）個別業績の概要

平成21年3月期の個別業績（平成20年 4月 1日～平成21年 3月31日）

(1)個別経営成績　（%表示は対前期増減率）

	売 上 高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
21年3月期	4,249,233	(△12.6)	△ 57,723	(　―)	117,126	(△44.5)	△ 56,312	(　―)
20年3月期	4,862,220	(　2.4)	132,772	(△6.5)	211,143	(　49.1)	100,300	(　1.5)

	1株当たり当期純利益		潜在株式調整後1株当たり当期純利益	
	円	銭	円	銭
21年3月期	△27	11	―	―
20年3月期	47	29	47	29

(2)個別財政状態

	総 資 産	純 資 産	自己資本比率	1株当たり純資産	
	百万円	百万円	%	円	銭
21年3月期	4,442,290	2,133,540	48.0	1,030	38
20年3月期	4,604,441	2,473,895	53.7	1,177	42

（参考）　自己資本　21年3月期　2,133,540百万円　　20年3月期　2,473,895百万円

※　業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

当社は2008年10月1日に会社名を「松下電器産業㈱」から「パナソニック㈱」に変更しております。

日本ビクター㈱およびその連結子会社は2007年8月より持分法適用関連会社となっております。

したがって、日本ビクター㈱およびその連結子会社の業績は、当期連結業績および連結業績予想の売上高・営業利益・税引前利益に含まれておりません。

また、これに伴う前年実績の変更はしておりません。

なお、日本ビクター㈱は2008年10月1日付で㈱ケンウッドと株式移転の方法により、共同持株会社を設立し、経営統合しました。

業績見通しは、現在入手可能な情報と、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は見通しと大きく異なることがありえます。

業績予想の前提となる仮定および業績見通しのご利用にあたっての注意事項等については、「経営成績及び財政状態」に記載された＜将来見通しに関するリスク情報＞をご覧ください。

お問い合わせ
パナソニック株式会社
CSR担当室
〒105-8581　東京都港区芝公園1丁目1番2号
2009年7月発行

Panasonic
ideas for life

<表紙について>

パナソニックが洗濯機の1号機を世に送り出したのは1951年のことでした。
当時、3種の神器のひとつに数えられた洗濯機は、女性の家事からの解放、社会進出に大きな影響を与えました。
それから半世紀あまり、洗濯機は地球環境への貢献というもうひとつの大きな役割を担っています。
節水、省電力性能を徹底的に追求したパナソニックの洗濯機は、水、エネルギーといった私たちの大切な資源を守っています。
日本、中国、アジア、そしてヨーロッパと、世界中のお客様に私たちの製品をお届けし、かけがえのない地球環境に貢献していきます。

<報告対象の範囲>

期間：年間実績データは、基本的に2008 年度（2008 年4 月1 日〜2009 年3 月31 日）ですが、活動内容は一部2009 年度も含みます。グラフの年表示は、年度で記載しています。

組織：パナソニック株式会社と国内・海外関係会社

データ：グループ連結対象会社を基本としていますが、一部のデータでは主要なグループ企業のみを対象としているものもあります。また、「環境報告」は環境マネジメントシステムを構築している全事業場を対象としています。